



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Comunicação midiática: disciplinas do corpo e dos estados psíquicos

Samyah D G Kassisse¹

Aluna de Graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Resumo

Neste artigo debatemos a temática em torno da produção de verdades e subjetividades pela mídia, com referência à disciplina do corpo e dos estados psíquicos. De forma a compreender quais aspectos a mídia valoriza e divulga com maior valor positivo, realizamos uma análise comparativa por meio de um corpus formado por produções jornalísticas brasileiras. Para realizar esta análise, o referencial teórico base foi Roger Silverstone (1999) e Douglas Kellner (2001). Os resultados apontam para o corpo físico e psíquico como objeto de intensificação dos processos disciplinares a partir das convocações midiáticas. Com relação ao corpo físico, os aspectos mais valorizados são restrição alimentar e vontades próprias e a facilidade de manter hábitos, - precisa ser fácil estar na dieta e manter uma rotina de exercícios. Enquanto que com relação aos estados psíquicos é possível perceber uma recorrência da exaltação da felicidade e a desvalorização dos estados psíquicos como ansiedade e depressão.

Palavras-chave: comunicação midiática; disciplinas; corpo; estados psíquicos.

Introdução

O tema a ser trabalhado nesse artigo envolve a produção de verdades e subjetividades pela mídia, com referência à disciplina do corpo e dos estados psíquicos. O objetivo principal é identificar quais estados, físicos e psíquicos, a mídia valoriza e divulga com maior valor positivo. Para isso, foi realizado um embasamento teórico sobre mídia, consumo e corpo, seguido por uma análise comparativa de corpus jornalístico para relacionar as disciplinas do corpo e as disciplinas dos estados psíquicos.

O plano textual se estrutura em quatro partes de forma a alcançar os objetivos propostos a partir da metodologia realizada. A primeira, *Contexto Midiático*, será feita uma descrição teórica sobre o debate midiático a partir de Kellner (2001) e Silverstone (1999). Em sequência, a segunda parte do texto, *Corpo e Estados Psíquicos*, irá destacar segundo visões teóricas, aspectos relevantes sobre as disciplinas dos corpos e dos estados psíquicos. A terceira parte, a *Análise Comparativa do*

¹ Aluna de Comunicação Social –Publicidade e Propaganda, desenvolve projeto de iniciação científica PIBIC “Expansão dos aspectos biopolíticos disciplinares do corpo à psique” com orientação da Prof.ª Dr.ª Tania Hoff. (samyah.kassisse@gmail.com)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

corpus contém análise do material definido para investigação e possibilita visualizar o assunto abordado no artigo. Por fim, a parte quatro, *Conclusão e Resultados Alcançados*, com base em todos os dados e materiais levantados serão demonstrados os resultados obtidos com os estudos realizados.

1. Contexto Midiático

A predominância da mídia na cultura cotidiana tem caráter de destaque na formação de significados e na composição da “experiência contemporânea”, segundo Roger Silverstone. A mídia, portanto, segundo a visão do autor, cria ordem a partir do ritmo por ela apresentado e sustenta isso através da sua relação simbólica, o que é acompanhado pelas pessoas em suas vidas diárias.

É impossível escapar à presença, à representação da mídia. Passamos a depender da mídia tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência. (SILVERSTONE, 1999, p.12)

Para Silverstone, as figuras presentes na televisão, internet, rádio ou revistas variam de acordo com os materiais simbólicos disponíveis. No entanto, o resultado que se vê é sempre o mesmo; a imensa carga de linguagem e significados oferecidos e produzidos por essa indústria midiática, conforme o mencionado autor.

Conforme Silverstone, é preciso explorar os diferentes tipos de relação que existem da sociedade com a mídia, uma vez que somos seres sociais e conscientes que interagimos ativamente com seus significados; o que é exposto não é simplesmente aceito por aquele que está recebendo a informação, e aquilo torna cada vivência única: “construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo”. (SILVERSTONE, 1999, p.150)

Silverstone (1999) propõe que se investigue a relação mídia-consumo, o que também é proposto por Kellner (2001). Ambos os autores discutem a inter-relação entre mídia e cotidiano, de modo que os hábitos diários são muitas vezes construídos a partir do contexto midiático. Assim, os dispositivos de mídia tornam-se familiares e passam a marcar as ações e a frequência da rotina.

Para ambos, mídia e consumo estão estritamente vinculados, fornecendo um ao outro estruturas fortes e experiências ritmadas. A sociedade dialoga com a mídia, que funciona como



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

estruturadora de percepção e cognição, que atua na construção identitária e que guia hábitos como os do consumo.

Segundo Kellner (2001), as imagens, linguagens e signos apresentados pela mídia possuem papel fundamental na formação da identidade contemporânea, alicerça todo o comportamento sociocultural da sociedade. Estes textos são polissêmicos, e a partir deles, a pessoa se identifica com alguns personagens, celebridades, e busca criar uma relação mimética que dá valor à específicas formas de comportamento dependendo da moda momentânea.

Para o autor, o que esses indivíduos procuram é se encaixar em “posições de sujeito” imitando estilos de vida que estão em ascensão na mídia evidenciando uma sociedade que se baseia em itens de consumo.

Hesitamos em usar a terminologia “posições de sujeito” pois não acreditamos na existência de coisas como “sujeito”, mas sim que a noção de sujeito é uma ficção de construção puramente ideológica e social. No entanto, como a cultura da mídia realmente produz posições com as quais o público é convidado ou induzido a identificar-se, utilizamos a expressão “posições de sujeito” nesse sentido, de descrever identidades, papéis, aparências ou imagens fixados pelos modelos ou pelos discursos da mídia. (KELLNER, 2001, p.307)

As propagandas, notícias, reportagens contêm convocações midiáticas que apresentam modelos de “posição de sujeito” e enaltecem formas de identidade que corroboram com os modelos sociais predominantes. Associando seus produtos a estilos de vida, as agências publicitárias constroem símbolos com os quais o consumidor se identifica e acredita dele precisar para alcançar tal posição na sociedade.

Tal como a propaganda, a moda, o consumo, a televisão e a cultura da mídia colabora para a fragmentação da identidade, fornecendo seus elementos formadores. Mas é possível também enxergar aspectos positivos que integram a identidade pós moderna como a autonomia, racionalidade e compromisso. No item seguinte, abordamos as “texturas da experiência” midiática e da cultura da mídia intensificada a partir de uma reflexão sobre o corpo e os estados psíquicos.

2. Disciplinas do Corpo e dos Estados Psíquicos

No cenário midiático, são adotadas novas políticas do corpo que enfatizam os resultados físicos e psíquicos. Para Courtine, os body-builders e a “indústria do músculo” mostram a extrema



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

disciplina dos adeptos dessa prática que cultuam o músculo como um estilo de vida e visibilizam o corpo como forma de espetáculo, denunciando “uma obsessão dos invólucros corporais”. (COURTINE, 1995, p.86)

O corpo é um grande signo que constitui a identidade dos indivíduos. A partir do momento em que ele é supervalorizado e atrelado à saúde com imagens de beleza física e corpos atléticos, a sociedade é estimulada a se disciplinar e seguir regras. Academias, dietas, cirurgias, entre outros são itens de consumo para alcançar o corpo ideal propagado pela mídia. “Remodelar o corpo, moldar a personalidade, tornavam-se desde então uma questão de condicionamento.” (COURTINE, 1995, p.93)

A partir de 1930, conforme o mencionado autor, as disciplinas do corpo começam também a ser associadas ao bem-estar psicológico com lemas, ainda vivos até hoje, que clamam por felicidade extrema e estar em forma. Juntos, - disciplinas e lemas de felicidade -, criam uma moral de “viver o presente” que tenta romper aos poucos com as tradições e disciplinas anteriores.

No entanto, “*have fun*”, “*feeling good*” e “*being in shape*” colocam um peso moral no psicológico das pessoas que, além de serem perfeitas fisicamente, devem ter bem-estar como consequência de sua forma física. Esse estilo de vida, denominado “*american way of life*”, expandiu-se para todo o mundo por meio da cultura midiática que já tratamos anteriormente.

Para Jurandir Costa Freire (2004), as consequências da busca constante pelo corpo perfeito ficam no psicológico, e trazem inquietações, insatisfações e bem-estar atrelado a forma física. Para o autor, trata-se de uma “hipocondria cultural”, ou seja, “É o estado mental de insatisfação crônica que torna o indivíduo um consumidor modelo”. (COSTA, 2004, p.139)

A preocupação constante com o estado da própria saúde não é necessariamente doença, mas causa desorientação pessoal nos termos dos valores tradicionais, conduzindo a sociedade a se guiar a partir dos princípios da economia capitalista. Como consequência, o “consumismo hedonista e narcisista” sustenta a cultura de culto ao corpo que são estimuladas pela cultura da mídia.

Essa busca incessante por bem-estar e prazeres físicos não necessariamente é garantia de alcançar os objetivos. Insatisfação e violência em relação ao próprio corpo são alguns dos resultados que as “disciplinas corporais” criaram a partir da restrição dos prazeres e do extremo fascínio pelas imagens midiáticas. (COSTA, 2004).

É nesse ponto que os objetos entram no roteiro da moral do espetáculo. Por se concentrar no corpo físico como fonte de gozo, o sujeito passa a superestimar tudo que



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

faça o prazer sensível durar. A tendência a se satisfazer com a pluralidade das imagens e palavras é substituída pela tendência a presentificar e a diversificar as fontes reais de estimulação sensorial. O sujeito sentimental contorna a fluidez da felicidade interior materializando as narrativas afetivas em objetos duráveis; o sujeito sensorial, para reter o prazer físico, devora os objetos doces, os que estão sempre à mão, ou melhor, “sempre ao corpo”. (COSTA, 2004, p.168)

Jurandir Costa afirma que, “quanto melhor entendermos quais os ingredientes do consumismo moderno, melhor entenderemos o significado da violência e do culto ao corpo” (COSTA, 2004, p.132). Essa declaração confirma a tese do vínculo existente entre o *corpo* como objeto de intensificação dos processos disciplinares e as convocações midiáticas que provamos anteriormente estarem vinculadas ao consumo. De forma marcante, o corpo ganha lugar de importância na formação identitária, na medida em que a preponderância do social, intelectual, político ou artístico, que estava posto nos processos identitários da modernidade, transforma-se na valorização do corpo perfeito.

As imagens expostas pela mídia e que são objeto mimético de toda a população, são para muitos a única coisa que é mais palpável de se alcançar e se equiparar às grandes celebridades, ao seguir os padrões dos corpos espetaculares e perfeitos. Ao mesmo tempo, as imagens são também fonte do fracasso, por não conseguirem alcançar os objetivos propostos na busca pela semelhança. Então, os sujeitos encontram na disciplina do corpo, uma forma de se aproximar do inalcançável, tornando cada vez mais distante sua felicidade e mais cíclica sua insatisfação.

Até aqui, discorremos sobre mídia, corpo físico e estados psíquicos. A seguir, analisamos como as convocações midiáticas se dão no corpus selecionado, visando identificar quais estados físicos e psíquicos a mídia valoriza e mostrar como estas questões estão interligadas.

3. Análise Comparativa

A partir da pesquisa documental, foi elaborado um *corpus* formado por produções jornalísticas brasileiras, visando identificar quais são os aspectos corporais e psíquicos do indivíduo valorizados pela mídia.

O primeiro passo para o levantamento da pesquisa documental foi a identificação das produções jornalísticas que seriam utilizadas para formar o corpus a ser analisado. No que tange às disciplinas físicas, o veículo escolhido para a busca de artigos com essa temática foi a revista Boa



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Forma, da Editora Abril, em versão digital que está voltada principalmente para o público feminino, abordando temas como dieta, nutrição, *fitness* e beleza com foco na mudança no estilo de vida.

A revista Boa Forma é líder no segmento de corpo e estética, sendo dez vezes maior do que sua principal concorrente. Além disso, é a segunda maior revista feminina do país e possui 32 anos de tradição no ramo jornalístico. Seu público é formado majoritariamente por mulheres (78%), da classe AB (52%), da faixa entre 25 e 44 anos (58%) e que trabalham (65%). (MÍDIA KIT BOA FORMA, 2018) A revista se organiza em nove categorias: Dieta, Estilo de Vida, Fitness, Beleza, Nutrição, Culinária Saudável, Saúde, Moda e Celebidades.

O veículo já conquistou mais de 1,3 milhões de leitores, e os números no digital também são elevados com 5 milhões de *page views* no website com 2,5 milhões de *unique visitors*. Conforme seu Mídia Kit, a revista “inspira e incentiva o bem-estar para sua audiência” apesar de ser uma revista cujo tema principal de suas reportagens é o corpo em suas dimensões físicas, mostrando que é uma boa fonte para realizar o estudo.

Paralelamente, as convocações para os estados psíquicos não possuem um segmento de revista especializado no assunto. As buscas então se focaram na revista Exame, por ser um veículo que foca no desenvolvimento pessoal e de negócios. Com 50 anos no mercado e grande credibilidade, a revista possui 1,06 milhões de leitores, e em 2017 foi considerada a Revista Mais Admirada do Ano pelo veículo Meio & Mensagem. Em sua versão digital, a revista é igualmente distribuída entre os sexos, no entanto com maior concentração na classe AB (78%), na faixa dos 25-59 anos (67%). Estes são responsáveis por 41 milhões de *pageviews*, com 19,4 milhões de *unique visitors*. (MÍDIA KIT EXAME, 2018)

A primeira etapa do processo de análise foi a *escolha metodológica para cada veículo*. Cada uma das duas revistas escolhidas para a coleta do *corpus* organiza-se de maneira diferente; não possuem as mesmas sessões, categorias, ou a mesma periodicidade de publicação. Por isso, a metodologia de coleta aplicada também se deu de maneira diversa, de forma a se adaptar aos veículos e a obterem os melhores resultados possíveis de cada um.

Para as convocações sobre disciplinas corporais foram selecionadas duas categorias dentro da Revista Boa Forma, Dieta e Estilo de Vida, dentre as nove disponíveis. Tais categorias foram destacadas por motivo de terem maior afinidade com o tema neste estudo apresentado.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Após a seleção das categorias, a segunda etapa foi a *coleta do material digital*. Foram coletadas todas as reportagens publicadas no período de dezembro de 2017, ou seja, 35 reportagens, das quais 27 na categoria Dieta, e 8 na categoria Estilo de Vida, todas listadas na Tabela 1. (ver p.11), de forma a fazer uma amostragem para que fosse possível fazer a classificação em grupos dos modos como as convocações acionam os sujeitos à gestão do corpo. Foram no total coletadas

A terceira etapa foi *analisar as reportagens* considerando as disciplinas do corpo e identificar as temáticas trabalhadas. Deste modo, foi possível classificar em grupos, conforme apresentamos a seguir, que refletem os modos de comunicação para as disciplinas do corpo, e em alguns casos já até se estendem para os estados psíquicos:

Grupo I – Manuais e Regras: Neste grupo, concentram-se reportagens que abordam aspectos físicos, de caráter disciplinar que dão “ordens” ou “dicas” ao leitor. Exemplos: cardápios que facilitam ao indivíduo como chegar ao objetivo; uso de termos como “eliminar toxinas”, “perda de peso”, “antioxidantes” e “emagrecimento”. e frases como: “É muito fácil preparar o chá de erva-mate. Mas pequenos segredos deixam a bebida mais gostosa. Saiba também como garantir o efeito antigordurinha.” (BOA FORMA, 2018)

Grupo II – Estudos e Dúvidas: Neste grupo, concentram-se as reportagens sobre estudos científicos ou divulgações de descobertas recentes que tenham algo relacionado ao corpo e à eficiência² física, além de dúvidas frequentes que as leitoras possuem ao seguir os manuais (do grupo I). As orientações são apresentadas por especialistas, como nutricionistas ou estudos de universidades que reforçam a necessidade da busca pelo corpo perfeito e justificam porque não está sendo tão fácil quanto prometia o grupo I. Exemplos: uso de termos como “dieta”, “perda de peso”, “sobrepeso”, etc. . E frases como: “Quando você se mantém acima do peso, corre o risco de resistir menos aos alimentos ricos em calorias e pobres em nutrientes, sabia? (...) Para virar o jogo, você deve reaprender a avaliar a função de cada comida na sua rotina.” (BOA FORMA, 2018)

Grupo III – Autoimagem: Neste grupo, menor que os dois anteriores, concentram-se as reportagens que associam aspectos da imagem pessoal com estados psíquicos como insatisfação e motivação. A

² No caso, o termo eficiência foi escolhido no lugar de performance porque envolve além do que um desempenho físico, mas também emocional e psicológico que reflete diretamente nas respostas do corpo.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

valorização da “felicidade”, “autoestima” e “aceitação” emergem nesse grupo. As reportagens agrupadas aqui falam sobre definir objetivos que combinam com a realidade e a personalidade de cada um e não objetivar a imagem de perfeição diante do espelho. Frases como “Amar suas formas e cuidar delas sem neura é um treino diário, uma mudança de mentalidade” (BOA FORMA, 2018), parecem ser antagônicas ao que propõem os grupos I e II, entretanto, a ênfase no aspecto físico do corpo se mantém, independente de ser o corpo de beleza padrão. A “aceitação” e a “valorização” sugere uma sofisticação dos processos disciplinares, de modo que o indivíduo cuide do corpo.

No grupo III já se pode observar aspectos psíquicos sendo levantados, apesar de ser uma revista cujo tema principal de suas reportagens seja o corpo em suas dimensões físicas. Isso retoma o debate anterior de associação da felicidade e do emocional à eficiência física.

Para as convocações das disciplinas dos estados psíquicos, no entanto, utilizou-se outra metodologia, uma vez que não há uma revista especializada neste aspecto. Então, o sistema de busca por palavras-chave relativas às convocações sobre estados psíquicos foi empregado e, devido ao menor número de reportagens, o período de amostra foi ampliado para 1 semestre: jul/2017 – dez/2017. .

Diferente das disciplinas para o corpo, os estados psíquicos emergem mais recentemente e ainda não foram intensificados nas mídias, embora já apareçam numa relação direta com o corpo. Identificamos, no *corpus* analisado, um menor número – apenas 19 – de reportagens que abordam estados psíquicos, (ver tabela 2 p.12). No *corpus* analisado, não foi possível a separação em grupos como foi feito em relação às disciplinas do corpo, mas evidencia-se nas reportagens a relação entre os estados psíquicos e os corporais, o que se comprova, por exemplo, na associação entre o hábito de sorrir ou cantar com a aparência de felicidade.

Descobrimos que, se alguém acredita que as pessoas sorriem porque já estão se sentindo felizes, então o sorriso faz com que se sintam mais felizes e se divirtam mais. Mas para os participantes que acreditam que as pessoas sorriem para tentar ficar feliz, o sorriso teve uma influência negativa sobre felicidade delas de forma imediata e a longo prazo. (EXAME 2018)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

4. Conclusão e Resultados Alcançados

A partir da análise do corpus, é possível perceber que a produção de verdades e subjetividades pela mídia com referência à disciplina do corpo e dos estados psíquicos, é recorrente em diversos veículos e passa por um processo de intensificação.

Podemos ver o *corpo* físico e psíquico como objeto de intensificação dos processos disciplinares no contexto midiático. E, analisando um *corpus* formado por produções jornalísticas brasileiras, é possível identificar quais estados, físicos e psíquicos, a mídia valoriza e divulga com maior valor positivo. Para o corpo físico, a ideia de “restrição” para alcançar o objetivo principal é a ideia predominante. Isso seria o principal significado da dieta e de todos os manuais dados pela Revista Boa Forma. A partir da restrição de hábitos, atingir o objetivo se torna simples e fácil. Portanto, os estados valorizados pela mídia em relação ao corpo é disciplina constante, facilidade de manter os hábitos e atingir a perfeição, precisa ser fácil estar na dieta e manter uma rotina de exercícios.

Com relação aos estados psíquicos pode-se mostrar que ainda não ocorreu uma intensificação desses processos. Mas, já é possível identificar que há relação dos estados psíquicos com elementos corporais. Fica evidente essa conexão em alguns momentos como a ligação do hábito de sorrir ou cantar com a aparência de felicidade. Além disso, é possível perceber uma recorrência da exaltação da felicidade e a desvalorização dos estados psíquicos como ansiedade e depressão.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Tabela 01 - Boa Forma Dezembro 2017

Título	Data	Categoria	Grupo
“Seleção com 7 chocotones e panetones saudáveis para o Natal”	22/12	Dieta	1
“Menu light: 3 receitas do método Ravenna com até 200 calorias”	15/12	Dieta	1
“Faça seu próprio refrigerante usando água com gás e frutas”	31/12	Dieta	1
“Dieta low carb: a mais buscada por brasileiros no Google em 2017”	27/12	Dieta	1
“Dieta do chá-mate: menos 6kg em um mês”	05/12	Dieta	1
“Cardápio completo para consumir gordura na quantidade certa”	04/12	Dieta	1
“Cardápio antibarriga para enxugar até 4kg em um mês”	18/12	Dieta	1
“Benefícios da carne de porco e como consumi-la na dieta”	24/12	Dieta	1
“10 molhos para revolucionar a sua salada”	06/12	Dieta	1
“9 estratégias para não exagerar nas comemorações de final do ano”	26/12	Dieta	1
“8 ingredientes que estão engordando seu smoothie”	18/12	Dieta	1
“4 pistas que sua dificuldade para emagrecer é genética”	11/12	Dieta	1
“3 mudanças na dieta para emagrecer de maneira contínua”	06/12	Dieta	1
“3 estratégias para acabar com a compulsão por carboidratos”	05/12	Dieta	1
“Seu peso influencia a vontade de comer junkie food, diz estudo”	13/12	Dieta	2
“Saiba qual é a parte do dia mais difícil para quem faz dieta”	10/12	Dieta	2
“Pular o café da manhã pode aumentar risco de infarto, diz estudo”	28/12	Dieta	2
“Por que você deveria trocar o arroz branco pelo vermelho ou preto”	03/12	Dieta	2
“Parou de amamentar e engordou? Entenda porque isso é normal”	19/12	Dieta	2
“Ovo com abacate: essa dupla faz maravilhas para o corpo e a mente”	09/12	Dieta	2
“Exagerou na comilança? Estudo indica chá que atenua a má digestão”	25/12	Dieta	2
“Consumir leite diminui risco de obesidade e diabetes, diz estudo”	16/12	Dieta	2
“Comecei a fazer jejum intermitente e a gastrite atacou. Por quê?”	12/12	Dieta	2
“BF responde: frutose em excesso pode engordar?”	30/12	Dieta	2
“Acesso a calorias do fast-food reduz o tamanho do seu pedido”	26/12	Dieta	2
“4 atitudes para mudar sua mentalidade e amar mais a si mesma”	03/12	Estilo de Vida	3
“Pílulas de felicidade por Prem Baba, Moja Coen e Augusto Cury”	01/12	Estilo de Vida	3
“7 perfis do Instagram para quem pretende curtir muito o verão”	22/12	Estilo de Vida	3
“Adote estas 3 atitudes no dia a dia para turbinar o cérebro”	10/12	Estilo de Vida	3
“Inclua estas atitudes na rotina e afaste a ansiedade e o stress”	11/12	Estilo de Vida	3
“Loja online BOA FORMA: confira 8 itens para economizar tempo”	23/12	Estilo de Vida	3
“Modelos plus-size cheias de #AtitudeBoaForma para seguir já”	14/12	Estilo de Vida	3
“Só me incomodei com meu peso quando não me reconheci no espelho”	17/12	Dieta	3
“Heartfulness: mente e coração para aproximá-la do seu objetivo”	31/12	Estilo de Vida	3



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Tabela 02 - Exame Julho - Dezembro 2017

Título	Data	Palavra
“4 atitudes positivas que estragam sua felicidade no trabalho”	25/09	Felicidade
“Amigo de Sheryl Sandberg diz como ela superou seu pior trauma”	14/11	Felicidade
“Como subir na carreira sem perder amigos”	03/08	Felicidade
“Como transformar suas relações de trabalho, segundo Sofia Esteves”	20/11	Felicidade
“Estudo revela sector com profissionais mais felizes; veja ranking”	30/09	Felicidade
“Mulheres só são mais felizes do que homens depois de viúvas”	20/12	Felicidade
“O que 7 filósofos diriam para quem está infeliz com a carreira”	28/07	Felicidade
“O que posso fazer para ser mais feliz no trabalho?”	22/09	Felicidade
“O que te motiva? Você já se questionou sobre isso?”	18/11	Felicidade
“Pesquisa revela que dinheiro traz, sim, felicidade”	05/09	Felicidade
“Por que é tão importante buscar sentido no trabalho?”	19/09	Felicidade
“Por que tem tanta gente insatisfeita com o trabalho?”	01/08	Felicidade
“Quando a palavra-chave é felicidade!”	10/10	Felicidade
“RH do Fórum Econômico Mundial diz como ser mais feliz no trabalho”	19/09	Felicidade
“Sorrir nos deixa mais felizes?”	06/09	Felicidade
“Sua mente, coração e emoções estão em coerência?”	21/11	Felicidade
“Contra depressão, uso de remédios é melhor que estímulo elétrico”	02/08	Remédios
“Coquetel de antidepressivos na água ameaça vida marinha”	04/09	Remédios
“Remédios para sono e ansiedade matam mais que cocaína, diz estudo”	25/11	Remédios



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Referências

BOA FORMA. **4 atitudes para mudar sua mentalidade e amar mais a si mesma**. Disponível em: <<https://boaforma.abril.com.br/estilo-de-vida/4-atitudes-para-mudar-sua-mentalidade-e-amar-mais-a-si-mesma/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

BOA FORMA. **Dieta do chá mate menos 6kg em um mês**. Disponível em: <<https://boaforma.abril.com.br/dieta/dieta-do-cha-mate-menos-6-kg-em-um-mes/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

BOA FORMA. **Mídia Kit 2018**. Acesso em: 01 fev. 2018.

BOA FORMA. **Seu peso influencia a vontade de comer junkie food diz estudo**. Disponível em: <<https://boaforma.abril.com.br/dieta/seu-peso-influencia-a-vontade-de-comer-junkie-food-diz-estudo/>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2004.

EXAME. **Sorrir nos deixa mais felizes**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/ciencia/sorrir-nos-deixa-mais-felizes/>>. Acesso em: 02 fev. 2018.

EXAME. **Mídia Kit 2018**. Acesso em: 01 fev. 2018.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. 1 ed. [S.L.]: EDUSC, 2001.

MORAES, Dênis de (org.) **Sociedade Midiatizada**. 1ª ed. Ed. Mauad X, 2006.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi De. **Políticas do corpo: elementos para uma historia das práticas corporais**. [S.L.]: Estação Liberdade, 1995.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, SP: Loyola, 1999.