

A Representação da Qualidade de Vida na Revista Vida Simples¹ The Representation of Life Quality in the Vida Simples Magazine

Daniela Menezes Neiva | daniela@neiva.com.br
Jornalista e mestranda do Programa de
Pós-Graduação em Comunicação da Uerj.

Resumo

É nas grandes cidades que a temática da qualidade de vida vem sendo posta em voga na última década, especialmente, como cita Ricardo Freitas, pela busca por melhores condições de vida, face à gama de “sintomas de falência do projeto moderno de cidade tentado desde o século XIX; a violência, a poluição, o *stress* angustiam o homem e o obrigam a tribalizar, inclusive sob o aspecto espacial, seu cotidiano” (1996, p.4). Este artigo analisa os primeiros resultados de um estudo sobre as representações da qualidade de vida na revista *Vida Simples*, da Editora Abril. Tal publicação foi eleita pela pluralidade de temas que criam uma atmosfera de equilíbrio das emoções, bem-estar e destacam o caráter simbólico de uma vida harmoniosa e saudável, afetando o comportamento dos cidadãos no contexto da existência turbulenta das metrópoles. Palavras-chave: qualidade de vida; representação social; mito; consumo.

Abstract

It is in the large cities that the quality of life thematic is becoming in vogue in the last decade, especially, as pointed out by Ricardo Freitas, by the searching for better life conditions, face to the gamma of “symptoms of bankruptcy of the modern project of city attempted since century XIX; the violence, the pollution, stress distresses the man and forces him to be part of a tribe, also under the space aspect, its everyday” (1996, p.4). This article analyzes the first results of a study about the representations of the life quality in the Vida Simples magazine, published by Editora Abril house. Such publication was elected for the plurality of subjects that create an atmosphere of balance of the emotions, well-being and detach the symbolic character of a harmonious and healthful life, affecting the behavior of the townsman in the context of the turbulent existence of the metropolises.

Keywords: *life quality; social representation; myth; consumption.*

INTRODUÇÃO

Este artigo visa discutir os primeiros aspectos de um estudo sobre as várias faces da representação da qualidade de vida na cidade retratada pela revista *Vida Simples*, por ser um tema que durante a última década está sendo posto em voga, especialmente pela multiplicidade de impressões nas metrópoles que estimulam o indivíduo a uma vida nervosa, num ritmo frenético, competitivo e cercado de pressões psicológicas.

A base psicológica do tipo metropolitano de individualidade consiste na intensificação dos estímulos nervosos, que resulta da alteração brusca e ininterrupta entre estímulos exteriores e interiores. O homem é uma criatura que procede a diferenciações. Sua mente é estimulada pela diferença entre a impressão de um dado momento e a que a precedeu. Impressões duradouras, impressões que diferem apenas ligeiramente uma da outra, impressões que assumem um curso regular e habitual e exibem contrastes regulares e habituais [...] Tais são as condições psicológicas que a metrópole cria. Com cada atravessar de rua, como o ritmo e a multiplicidade da vida econômica, ocupacional e social, a cidade faz um contraste profundo com a vida de cidade pequena e a vida rural no que se refere aos fundamentos sensoriais da vida psíquica [...] Nesta, o ritmo da vida e do conjunto sensorial de imagens mentais flui mais lentamente, de modo mais habitual e mais uniforme. (SIMMEL, 1979, p. 12).

44

Nesse cenário, o homem aos poucos sucumbe a um estilo de vida menos sensível, mais racional e intelectualizado. Como diz o sociólogo Simmel, “Ele reage com a cabeça, ao invés de com o coração [...] A intelectualidade, assim, se destina a preservar a vida subjetiva contra o poder avassalador da vida metropolitana” (1979, p.13).

Ainda para Simmel, o homem habitua-se a negociar o tempo todo e isso compromete a sua interação na esfera social. “O homem metropolitano negocia com seus fornecedores e clientes, seus empregados domésticos e frequentemente até com pessoas com quem é obrigado a ter intercâmbio social” (Ibid. p.13). Por instinto de proteção, o tipo metropolitano sente a necessidade de estar separado, uma atitude *blasé*, uma certa indiferença face a tantos estímulos e impressões reservados à metrópole.

Essa atitude mental dos metropolitanos um para com o outro, podemos chamar, a partir de um ponto de vista formal, de reserva. Se houvesse, em resposta aos contínuos contatos externos com inúmeras pessoas, tantas reações interiores quanto as da cidade pequena, onde se conhece quase todo mundo que se encontra e onde se tem uma relação positiva com quase todos, a pessoa ficaria completamente atomizada internamente e chegaria a um estado psíquico inimaginável [...] Como resultado dessa reserva, frequentemente nem sequer conhecemos de vista aqueles que foram nossos vizinhos durante anos. É esta reserva que, aos olhos da gente da cidade pequena, nos faz parecer frios e desalmados. (Ibid. p. 17).

Nesse cenário, a metrópole angaria aspectos de comportamentos menos

cálidos, de fatores psicológicos esgarçados, de olhares superficiais, de embotamento de personalidades, de instabilidades dos desejos e insaciabilidade das necessidades, vivemos na “cultura agorista” e “cultura apressada” como cunhou Stephen Bertman apud Bauman (2008, p. 45), em um tempo que a fusão da comunidade, como cita Maffesoli, “cria uma união em pontilhado que não significa uma presença plena no outro” (2006, p. 127), afetando os diálogos dos corpos e a vida nas metrópoles.

Nessa cultura de fragmentos e de um conjunto de produtos e serviços que estão na cidade, uma busca por informações que reduzam os impactos negativos do estilo e ritmo de vida das metrópoles cresce e os meios de comunicação alimentam a sociedade de consumidores por qualidade de vida. Como cita Freitas (informação verbal)², boa parte das dinâmicas sociais urbanas é regida “por agenciamentos da ordem da comunicação. Agências de notícias, agências de publicidade, agências de relações públicas habitam e norteiam o imaginário metropolitano”. Segundo Martín-Barbero, é possível compreender os processos comunicacionais urbanos ao se estudar apenas os meios “quando o que estes fazem e o que eles produzem [...] não pode ser entendido a não ser em referência às transformações nos modos urbanos de comunicação [...] que produzem uma ‘nova cidade’ feita cada dia mais de fluxos, de circulação e informações” (1998, p. 5). A partir de então, as representações têm suas fronteiras ilimitadas.

Para tal artigo, será utilizado como referencial teórico as abordagens sociológicas de Georg Simmel, Michel Maffesoli, filosófica de Beatriz Sarlo, da psicologia social de Serge Moscovici, da comunicação de Denise Siqueira, Jesús Martín-Barbero e Ricardo Freitas.

A metodologia aplicada será o estudo dos discursos sobre as representações da qualidade de vida na cidade em trechos de matérias das edições de 2009 da revista *Vida Simples* no mês de janeiro, seções “Comer” e “Equilíbrio”, e de julho, seção “Corpo”.

1 – A REPRESENTAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA ATRAVÉS DOS CORPOS NA METRÓPOLE

[...] uma posição adquirida pela antropologia é a de que não há nada de natural no corpo. O corpo não é natural porque, em cada cultura e em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. Não somente não há nada de natural no corpo, mas também a pele não é o seu limite: e quando a pele transpõe seus limites, ela se liga aos tecidos “orgânicos” da metrópole (CANEVACCI, 2008, p. 18).

Diante de um cenário urbano multicultural e globalizado, as reflexões no campo da comunicação social sob a ótica de Siqueira, ratificam que o corpo (ou numa significação mais ampla, o indivíduo) é um instrumento de comunicação construído culturalmente. É portador de signos e, dessa forma, não há corpo neutro, puro, orgânico, biológico somente, pois é modelado a partir de

valores culturais e estéticos. A partir de então, conclui-se que os indivíduos, principalmente na metrópole permeada por tantos simbolismos e estigmas, são produtores e reprodutores de tendências e posturas na cidade. “O corpo é, então, um rico fórum para debate, uma vez que diferentes grupos sociais e sociedades o pensam de modos distintos” (2006, p. 39). Por estar imerso nesse contexto cultural e social, o corpo se constitui como instrumento de representação social. Tendo como pano de fundo o que pensa o filósofo francês e autor do livro “Fenomenologia da percepção”, Merleau-Ponty, o corpo é uma forma de expressão e “o sentido dos gestos não é dado mas compreendido, quer dizer, retomado por um ato do espectador” (1971, p. 195).

É preciso, portanto, considerar que o corpo é um canal de comunicação do indivíduo com o mundo. Seu papel é de expressão das representações do ambiente onde está inserido e suas influências se espalham pelo espaço urbano. Como cita Moscovici (2009, p. 40), “sempre e em todo lugar, quando nós encontramos pessoas ou coisas e nos familiarizamos com elas, tais representações estão presentes”.

Complementando essa ideia, Sarlo afirma que as pessoas estampam suas realidades porque “os corpos não mentem” (2005, p. 14) a realidade dos indivíduos e que o tempo e o enfrentamento às situações do cotidiano urbano interferem na qualidade de vida.

Uma sociedade não se sustenta apenas por suas instituições, mas, principalmente, por sua capacidade de gerar expectativas de tempo. O corpo e o tempo estão ligados: uma vida é um corpo no tempo. A dívida é também uma dívida de tempo porque, quando o corpo não recebe aquilo de que necessita, o tempo se torna abstrato, inapreensível pela experiência: um corpo que sofre sai do tempo da história, perde a possibilidade de projetar-se adiante, apaga os sinais de suas recordações. (SARLO, 2005, p. 15).

O olhar sociológico e antropológico de Marcel Mauss (informação verbal)³, um dos primeiros estudiosos a elaborar uma abordagem antropológica sobre o uso do corpo, “assume lugar de destaque no tratamento e análise de fenômenos sociais complexos”.

Assim, ganha espaço a perspectiva de observação complementar de aspectos psicológicos, neurológicos e fisiológicos também como fatos sociais. Na visão de Mauss, comportamentos, técnicas corporais e representações formam uma linguagem simbólica cultural e socialmente coerente. (SIQUEIRA, 2006, p. 43).

No ambiente de disparates sociais, culturais e econômicos, da cidade, os corpos, as pessoas, sofrem e quando a falta de qualidade de vida está incorporada na cidade por decorrência do medo, da distância cultural e da falta de recursos que invade as metrópoles, torna-se evidente, como diz Sarlo, o quanto os “corpos estão sendo maltratados, ofendidos, desprezados, humilhados” (2005, p. 14).

Os corpos não deixam mentir; formam a onda humana que desembarca nas estações, nas ruas e no metrô [...] O estado dos corpos escandaliza, causa espanto e distanciamento: crianças adormecidas pela fome,

bebês catatônicos, velhos enlouquecidos pelas privações enclausurados na obsessão de sua miséria, corpos curvados de homens rejeitados por um mercado que não precisa mais deles. (SARLO, 2005, p. 14).

Acabam surgindo novos olhares sobre o corpo e o aspecto biológico é o requisito primordial para sua existência em que, inevitavelmente, se transforma numa grande vitrina de representações. Nesse contexto, o corpo é compelido a abrigar inúmeros papéis, representações, e para manter-se vivo pulsa por saúde e qualidade de vida.

De acordo com filósofo (Foucault, 1989), a história do corpo vem sendo estudada a partir de várias abordagens, especialmente as biológicas: como sede de necessidades e de apetites; como lugar de processos fisiológicos e de metabolismos; como alvo de ataques microbianos ou de vírus. E, também como elemento do campo político (SIQUEIRA, 2006, p. 54).

2 – AS FACES DA QUALIDADE DE VIDA NA CIDADE

47

As representações da qualidade de vida têm fronteiras ilimitadas no espaço urbano que, como diz Freitas, é um local de “explosões de códigos, estimulando novas fontes de significações” (1996, p. 3) e de antagonismos, porque “paradoxais, as cidades contemporâneas concentram os mais variados signos da desordem mundial” (Ibid. p.3). Pobreza e riqueza, barulho e silêncios, comida e fome, violência e segurança extremada, estresse e atividades nos centros holísticos, saúde e doença com vírus cada vez mais disseminados, miséria e tecnologia de última geração. A motivação pelo consumo da qualidade de vida torna-se sempre presente para saciar o desejo de proteção e de uma vida menos caótica, conturbada no “clima de emergência imposto por fatores como a violência urbana, a deteriorização do meio ambiente, as diversas crises econômicas e mesmo a *démodée*, porém presente, ameaça nuclear” (Ibid. p.3). Imagens de cidades perfeitas, de modelos de corpos impecáveis, de produtos e serviços que espalham seus benefícios e rituais para se atingir a qualidade de vida que afeta o corpo e a vida, de forma direta ou indireta, são amplamente compartilhados, construídos e divulgados na cidade.

Segundo as reflexões de Freitas, shopping centers, condomínios fechados, centros empresariais, playground, parques e jardins gradeados, clubes, colônias de férias, planos de saúde são alguns exemplos de construções de socialização e “eufemização do espaço exterior trágico e cruel” (1996, p. 4), por meio de espaços e serviços seguros, assépticos e formatados.

Simulacros de uma vida perfeita que gera qualidade de vida e que são objetos de buscas contínuas dos cidadãos. Com efeito, em tal contexto, vamos elencar categorias para desenvolver um estudo sobre como a qualidade de vida está representada na cidade: barulho, violência, movimento da massa, interação entre os cidadãos, poluição, alimentação, estresse, falta de cuidados com a saúde, urbanidade, cidadania, entre outros. Nesse cenário, apresenta-se

também como ponto de representação do espaço urbano, um consumismo crescente de informações sobre qualidade de vida, a filosofia do movimento Nova Era, como observa Campbell, que é “definida como a habilidade de modificar tanto a própria pessoa quanto seu meio ambiente apenas com atitudes, pensamentos e emoções” (2006, p. 60). O ato de fazer compras ganha então um sentido terapêutico e nesse cenário é “essencialmente um processo em que se chega à cura e à ‘autotransformação’ encorajando a expressão direta de emoções e, conseqüentemente, pode de fato ser vista como um meio de ‘liberar’ o ‘eu verdadeiro’” (Ibid. p. 63).

O consumo da sociedade merece atenção pelo que se está consumindo e pelas pessoas afetadas por esse fenômeno. É um bombardeio de estímulos de comunicações presente nas metrópoles. Como cita Freitas (1996, p. 3), “a cidade moderna transformou-se, ao longo das últimas décadas, em arquipélagos confusos de concreto; arquipélagos plenos de comunicações”. Frente a isso, se impõe realmente aos consumidores a tarefa de filtrar o que realmente serve ou não.

Na acirrada competição pelo mais escasso dos recursos – a atenção de potenciais consumidores –, os fornecedores de pretensos bens de consumo, incluindo os de informação, buscam desesperadamente sobras não cultivadas do tempo dos consumidores, qualquer brecha entre momentos de consumo que possa ser preenchida com mais informação. Esperam que alguma parcela da multidão anônima situada na extremidade receptora do canal de comunicação, no curso de suas buscas desesperadas pelas informações de que necessitam, acabe cruzando por acaso com informações das quais não precisa, mas que os fornecedores desejam que absorva, e depois fique impressionada o bastante ou apenas cansada a ponto de fazer uma pausa ou reduzir sua velocidade pelo tempo necessário para absorvê-las *in lieu* daquelas que originalmente procurava. (BAUMAN, 2008, p. 55).

3 – QUALIDADE DE VIDA NA REVISTA VIDA SIMPLES

Para lidar com esse fenômeno mediado pelos meios de comunicação e estudar uma amostra dessa realidade, o olhar está atento aos primeiros resultados de um estudo sobre as representações da qualidade de vida na revista *Vida Simples*, publicação da Editora Abril, lançada em 2002, com o slogan “para quem quer viver mais e melhor”. Tal publicação foi eleita para essa pesquisa qualitativa por representar em seu segmento um repositório de informações sobre o tema em questão. É um veículo que enfatiza a construção simbólica de conceitos, não de produtos. É nesse contexto da abordagem teórica levantada, que a análise de trechos de matérias previamente selecionadas para esse estudo inicial se faz importante.

Na edição de janeiro de 2009, seção “Comer”, na página 54, o tema em questão é alimentação na cidade, um dos aspectos elencados para a análise da apresentação da representação da qualidade de vida. A matéria evidencia os aspectos da representação social de uma cultura nos corpos, quando lê-se no terceiro parágrafo “cada um tem um jeito de ser e de gostar ou não do sabor das coisas” ou no quarto parágrafo, “as crianças são as campeãs no quesito ‘não comi

e não gostei”, sublinha as soluções para criar uma nova representação de alimentos altamente nutritivos que carregam a repulsa do paladar e, assim, criar o desejo, principalmente a partir da infância, de não recusar tais dietas favoráveis à saúde do corpo, além de apresentar os alimentos às crianças, que muitas vezes não entendem a importância das frutas, legumes e verduras por desconhecerem seus aspectos, sobretudo às famílias urbanas que, como diz na matéria, no quinto parágrafo, “são acostumadas a ver os alimentos embalados e processados”.

Nesse texto, no sétimo parágrafo, é possível também suscitar a compreensão da realidade de que a alimentação saudável combate doenças e fortalece o corpo, como identidade da qualidade de vida. “No Brasil, 1/3 dos casos de anemia estão na classe média, decorrentes de alimentação inadequada e regime”, segundo trecho da matéria. As receitas citadas na matéria simbolizariam os rituais por meio dos quais os indivíduos transfiguram a representação de certos alimentos e hábitos de vida por uma lógica saudável que constrói o mito que os protege e salva dos males no hoje e no futuro de uma vida industrializada, congelada, enlatada, pouco enriquecida de nutrientes pelo ritmo turbulento e apressado no dia-a-dia das metrópoles.

Ainda na edição de janeiro, matéria da página 60, seção “Equilíbrio”, a temática é a do movimento dos indivíduos do espaço urbano em busca da qualidade de vida. A matéria relata a viagem de um economista juntamente com um grupo com mais de 700 pessoas de todo o mundo para um retiro durante uma semana na Inglaterra em busca de um encontro com o monge budista Thich Nhat Hanh, por uma forma de comunhão muito maior: a de uma construção simbólica do equilíbrio e bem-estar. Corpos impregnados de impressões e estímulos na metrópole são docilizados, como observa Foucault, sob instruções gerais sobre procedimentos e horários no retiro, como se apresenta no terceiro parágrafo: “Recomendação: dormir cedo porque a meditação começa às 6h30. Sim, a disciplina é importante para treinar a mente”. A prática de docilização continua sendo descrita no quarto e quinto parágrafos num processo de transformação em busca da qualidade de vida. O grupo se submete aos ritos que mitificam o universo de absorção da paz, do conforto e do bem-estar que protegem, harmonizam e revigoram o corpo por meio de técnicas de meditação e respiração para serem aplicadas no cotidiano da vida urbana e de ensinamentos sobre o equilíbrio das emoções e o fortalecimento das interações sociais. Práticas que criam laços de sociabilidade, onde os corpos dialogam e reduzem o peso e a carga das pressões psíquicas do mundo de hoje, o que favorece uma vida mais simples e saudável.

Uma das questões finais do texto, no penúltimo parágrafo, se resume a uma pergunta feita pelo economista ao monge: “Na sua opinião, qual a melhor forma de preparar o corpo para a prática espiritual?” ‘Sua pergunta pressupõe que exista uma separação entre a prática espiritual e o corpo. Minha resposta é: apenas pratique e você verá que não existe essa divisão’. Nesse sentido, tal matéria procurou estimular as sementes de impressões mais positivas

e humanas nas pessoas e no planeta, em contrapartida ao que a metrópole oferece em seus arredores.

Passando para a edição de julho, em que pela segunda vez foi publicada a seção “Corpo”, recente na revista, página 51, o tema é “Exercite sua cuca” com o objetivo de apresentar que as atividades físicas ativam a memória, reduzem a ansiedade, dão prazer e aliviam a tensão do cérebro. O estresse é temática base para se analisar as representações sugeridas a ele. Nos primeiros parágrafos, espalham-se representações da qualidade de vida, num ritualismo de ações que levam o indivíduo a proteger sua existência com base em suas condições de vida, como nesse trecho do segundo parágrafo: “quem faz exercícios físicos regularmente tem menos risco de sofrer pequenos e grandes AVCs (acidentes vasculares cerebrais), que colocam a mente e a vida em perigo”. Como cita Campbell, “a função primária da mitologia e dos ritos sempre foi a de fornecer os símbolos que levam o espírito humano a avançar” (2007, p. 21) e tal citação ressalta o ritual da qualidade de vida representado nesse trecho do texto.

Nos parágrafos a seguir, o alvo da matéria é o corpo atacado pela ansiedade, depressão e o estresse presentes na vida urbana contemporânea, observação que Freitas ratifica quando diz que “o stress urbano se espalha pelo planeta instaurando um clima de pressa permanente” (1996, p.3). Lê-se no nono parágrafo: “as atividades físicas funcionam como os antidepressivos e estabilizadores de humor indicados pelos médicos para doenças como a própria depressão e os transtornos de ansiedade”.

Para finalizar a matéria, um trecho remete a uma constatação da representação social da qualidade de vida em sua função de influenciar o comportamento do indivíduo participante de uma coletividade, com lembra Moscovici (2009): “Você está esperando o que para deixar essa revista por umas horinhas e ir se exercitar, hein?”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exemplo analisado e das questões levantadas, percebe-se um roteiro que parte das representações da qualidade de vida no corpo, no indivíduo, dentro do espaço urbano ratificando o seu papel como elemento portador de símbolos. Nesse contexto plural de representações permite-se a criação de uma rede de busca e consumo por qualidade de vida, especificada nessa pesquisa em produtos, serviços e informações por meio de uma revista que enfatiza mais a venda de conceitos (do que de produtos especificamente) que favorecem uma vida simples e de qualidade. Aspectos comunicacionais que remetem a todo o simbolismo que envolve essa temática, aspectos sociais que torna possível aos corpos dialogarem entre si e com a cidade e, por fim, aspectos terapêuticos-espirituais que motivam o consumo dos meios para atingir um fim que objetiva uma vida mais saudável com corpos protegidos, salvos dos males, engrossando a essência mitológica calcada em tantos ritos. O

simbolismo que impregna a coletividade e as cidades e a percepção mental nervosa que cintila nesse cenário constituem o ponto de partida da motivação para uma transformação de impressões que levam o indivíduo a uma vida de qualidade.

Para constatar essa busca, produtos, serviços e veículos de comunicação apresentam soluções que parecem ter sido feitas para os corpos individual e coletivo se “sentirem” bem. Laços sociais se criam e um mito se configura como salvador da solidão, das enfermidades e dos elementos mortíferos.

Dessa forma, a esfera da construção de novas identidades e estilos de vida ganha mais espaço no universo dos cidadãos que transitam num ritmo frenético, mas que, no entanto, pode ser mais simples, humano, seguro, sem tantos simulacros.

NOTAS

¹ Trabalho apresentado no III Seminário Interno PPGCom Uerj 2009, no GT 4 – Representações Sociais.

² Comentário desenvolvido em sala de aula, na disciplina Espaços de Consumo e Comunicação, na turma de Mestrado em Comunicação, Uerj, 1º semestre de 2009.

³ Comentário desenvolvido em sala de aula, na disciplina Espaços de Consumo e Comunicação, na turma de Mestrado em Comunicação, Uerj, 1º semestre de 2009.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Livia & CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo – a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar editores, 2008.

BERTMAN, Stephen. *Hipercultura: o preço da pressa*. Tradução Ana André. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

CANEVACCI, Massimo. *Fetichismos visuais – corpos eróticos e metrópole comunicacional*. São Paulo: Ateliê editorial, 2008.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 1989.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 2006.

MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenologia da percepção*. Rio de Janeiro: Ed. Freitas Bastos, 1971.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2009.

SARLO, Beatriz. *Tempo presente: notas sobre a mudança de uma cultura*. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 2005.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: Velho, Guilherme Otávio (org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. *Corpo, comunicação e cultura: a dança contemporânea em cena*. Campinas, São Paulo: Ed. Autores Associados, 2006.

PERIÓDICOS

FREITAS, Ricardo Ferreira. Comunicação e espaços urbanos: relação essencial à contemporaneidade. In: *Revista Logos*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, v. 5, p. 3-4, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Novos Olhares: Grupo de estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos*. São Paulo, ECA/USP, nº 1, 1998.

VIDA SIMPLES: para quem quer viver mais e melhor. São Paulo: Editora. Abril, jan. a jul. 2009.