

MÍDIA E CORPO: O ALCANCE DA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO PESSOAL E INTERPESSOAL

REDICOPA JÚNIOR, Géron Rodrigues
PEREZ, Marcia Cristina Argenti
UNESP - Bauru

Este trabalho teve como objetivo compreender as influências provocadas pela mídia e suas principais características no comportamento pessoal e interpessoal, mediante ao processo cultural atual. O procedimento metodológico utilizado consistiu na análise bibliográfica de diferentes áreas do conhecimento, que relacionavam temáticas sobre mídia e corpo. Dentre os principais resultados temos: 1) corroboração das opiniões dos diversos autores, no sentido de considerar as mídias como fatores significativos na influência comportamental dos indivíduos na sociedade atual no que diz respeito a seu próprio corpo e aparência; 2). a imagem do corpo é formatada a partir das imagens oferecidas pela cultura; 3) A sociedade contemporânea vê-se hoje em uma problemática que atinge não só a esfera individual, mas também, a esfera coletiva, de modo que a maioria da sociedade se encontra em uma ditadura camuflada, cujas armas são bombardeios de informações e influências em torno de um padrão pré-estabelecido de beleza, onde a busca por tal padrão, implica diretamente, na alteração do comportamento consumista das pessoas; 4) a influência da mídia na idealização do corpo e, conseqüentemente em um modelo ideal de beleza tem exercido uma relação de poder tão intensa que atinge diferentes classes sociais e, principalmente condiciona princípios educacionais para as gerações mais jovens. Conclui-se que pode-se observar que a publicidade como “arma” da mídia, tem o poder de estabelecer padrões de consumo para a sociedade, com a intenção de vendê-los; adultos e crianças são pressionadas pela sociedade e estimulados por propagandas a consumirem produtos e serviços, visando ficar com corpos bem definidos e com aparência sempre jovem, no caso dos adultos, e com aparência de mais velhos, para as crianças e adolescentes que são muitas vezes projetados como adultos em miniatura.