

o corpo na mídia impressa

GRAZIELLA BATISTA SILVA

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ, MARINGÁ - PR

Vivemos hoje, em nossa sociedade contemporânea, uma verdadeira “revolução cultural”, estamos vivendo na “era das informações”. A proliferação de diferentes tipos de meios de comunicação, mídias, veio a instalar um novo tipo de sociedade, provocando profundas mudanças nas formas de estar no mundo, se relacionar, se comunicar e se perceber.

Sem negar a importância desses produtos para a sociedade, propiciando conforto, facilidades a nossa cotidianidade, o grande desafio com que nos deparamos é justamente tirar proveito desses avanços sem que vivamos regidos por eles, permitindo que a mídia, de uma forma geral, assuma o controle das nossas vidas e a nossa corporeidade se perca. O que nos preocupa e nos leva a estudar a mídia permeia sobre o que ela tem mostrado, criado, difundido, e o que acredito ser ainda mais preocupante, quais respostas a mídia, com todos seus apelos, vem conquistando.

O presente trabalho aborda o tema Corpo-Mídia e Corpo-Tecnologia dentro da perspectiva da corporeidade. Num primeiro momento, o trabalho constituiu-se de um estudo de revisão bibliográfica, na qual procuramos entender como a mídia trabalha, como ela procura nos persuadir, como a mídia atua em busca de atenções. Num segundo momento, pretendeu-se averiguar esta influência por meio da mídia impressa, através da análise das publicações da revista Veja no ano de 2004, para assim averiguar a visão de corpo aos olhos da mídia e os valores que por ela propagados. Deste modo, selecionamos as revistas Veja publicadas no ano de 2004, e averiguamos que entre as cinquenta e uma revistas veiculadas neste ano, vinte e três revistas abordaram assuntos referentes ao corpo. Pudemos observar através das matérias publicadas que, atualmente, a mídia, de um modo geral, tem sido instância da produção de corpos pois, disseminam padrões corporais voltados para a padronização dos corpos, para uma estética corporal ideal. Assim, percebemos que as pessoas passam grande parte da vida em busca deste "modelo" de corpo. E, para tentar se aproximar deste "padrão" estabelecido pela mídia, apelam para técnicas, procedimentos voltados para reconstrução, modificação, alteração do corpo. Pudemos perceber, por meio das reportagens da mídia impressa, que hoje em dia, o conceito de corporeidade, que prima pelo corpo sujeito, respeitando singularidade de cada ser humano encontra-se afetada por um turbilhão de informações, produtos, serviços e imagens midiáticas de corpo. Assim, dentro deste contexto que o ser humano se encontra, tecer reflexões acerca do complexo que é o corpo, trabalhar valores adequados em relação ao fenômeno corpo, rumo a uma consciência corporal, rumo ao indivíduo capaz de atuar criticamente na sociedade, torna-se urgente.

Palavras-chave: corpo; mídia; corporeidade

graziella@cesumar.br