

*O impacto e a  
influência da mídia*

Clara S.L Furtado

# O impacto e a influência da mídia

Clara S.L Furtado

# Sumário:

- O PODER DA MÍDIA.....1
- IMPACTOS SOBRE A PRODUÇÃO DE  
SUBJETIVIDADES.....2
- CONCLUSÃO
- REFERÊNCIAS

# **Qual é a influência que a mídia tem sobre as pessoas?**

A mídia vem se configurando como uma poderosa ferramenta formuladora e criadora de opiniões, saberes, normas, valores e subjetividades. Ela utiliza de estratégias, na maioria da vezes, a mídia não dialoga, mas direciona sua mensagem para o interlocutor, fazendo com que um grande número de pessoas sejam influenciadas e a atenção dessas pessoas sejam voltadas para ela! Temos influências em todos os lugares e em vários aspectos de nossas vidas.



## **1 CAPÍTULO : O poder da mídia**

É nítido quando por meio de toda essa força ela passa a inculcar nas pessoas uma ideia ou mesmo um ponto de vista já formado sobre determinado assunto.

A mídia tem o intuito de fabricar a representação social mais convincente, a força da mídia é notória!

A mídia, para exercer sua influência imperante, percorre nas diversas relações humanas. Seu alcance vai desde a tenra infância até a terceira idade. As crianças são um alvo privilegiado, elas não têm o poder de compra, mas são influenciadores dela, são a “voz da publicidade no ouvido dos pais” (RAMONET, 2002, p.63).

Segundo Debord (1997, p.16) **“o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana- isto é, social- como simples aparência”**.

O espetáculo seria, portanto, a produção impar da sociedade atual, em que as pessoas apreciam a aparência em lugar do ser, à ilusão à realidade.

## OS MEIOS QUE AS PESSOAS MAIS USAM PARA SE INFORMAR SOBRE OS ASSUNTO E ONDE Á MAIS INFLUENCIAS DA MÍDIA SÃO:



A internet é o meio de comunicação usado mais frequentemente pelos brasileiros, atrás da televisão e à frente do rádio, entre as outras fontes!

# Até que ponto somos influenciados pela mídia?



A mídia aliena valores, manipula nossas decisões, conforma a cultura e influencia a fazer e compra coisas!

---

**Qual a saída pra nós?**

selecionar, censurar ou rejeitar.

## **2 CAPÍTULO: impactos sobre a produção de subjetividade**

Segundo Ramonet (2002) é a partir do conhecimento do ser humano, de seus limites, desejos, de suas necessidades, de seus automatismos, de seus mecanismos psíquicos, que as ações da mídia são criadas e endereçadas. As guloseimas “ofertadas” nos trazem a idéia de identidade, personalidade; elas nos conquistam pela sedução do nosso conveniente desejo, não pelo prenúncio da punição, mas por nossa própria sede de prazer.(RAMONET, 2002, p.21).

A mídia tem um "domínio carismático" que forma, deforma, impõe os gostos, os hábitos, pensamentos e dizeres em massa. Para isso ele usam estratégias e teorias totalmente sofisticadas para atingir seu objetivo. Ela tem o poder de de construir a realidade de algo que exista ou não!

**Segundo Guareschi** (2004, p.34) “poderíamos argumentar que temos a possibilidade de discordar do que é dito e mesmo criticar o que chega até nós. Mas uma coisa não podemos fazer: é saber o que foi propositadamente ocultado, o não-dito, o silenciado”. Conforme Guareschi (2004) a mídia constitui um novo personagem dentro de casa, que está presente em nossas vidas e com quem nós estamos em intenso contato, muitas horas por dia. Esse personagem é infiltrado nos lares, com sua voz poderosa, apenas nos dá respostas, agrega valores e estabelece relações hierárquicas, atrai os receptores a valorizarem e adotarem seus dizeres e modos de ser, agindo no cotidiano da pessoas e na vida social. Por meio de tais práticas, a mídia, torna os seres humanos seus reféns, reconstruindo e modelando suas subjetividades.

**Uma imagem que mostra o poder da mídia:**





**Conclusão:** A informação é transformada em mercadoria as propagandas de bebidas e cigarros, exemplificando, unificam a juventude, a beleza, aventura e riqueza, envolvidos em uma prática esportiva, apresentando sempre uma imagem do atleta vencedor e pessoas sempre felizes . Temos pontos positivos e negativos em todo esse cenário apresentado. A mídia tem uma grande influencia em vários aspectos de nossas vidas.

# Referências:

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

HEIDEGGER, M. Ser e tempo. 12. ed. Petrópolis/RJ:

Vozes, 2002. RAMONET, Igmacio. Propagandas

silenciosas: massas, televisão, cinema. Petrópoles,RJ:

Vozes, 2002 GUARESCHI, Pedrinho A. . Psicologia,

Subjetividade e Mídia. In: FURTADO, Odair. (Org.). II

Seminário de Psicologia e Direitos Humanos -

Compromissos e comprometimentos da psicologia.

Recife: Ed. Universitária, 2004, v. 1, p. 29-34.