

210

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA VALORIZAÇÃO DA IMAGEM. Sue Ellen Tatsch da Silva, Cristianne Maria Famer Rocha (orient.) (ULBRA).

Este trabalho tem como objetivo analisar, a partir de reportagens veiculadas em uma revista de circulação nacional, durante um ano (2006), como e através de quais argumentos as pessoas são incentivadas a continuamente valorizarem a própria imagem. Atualmente, percebemos existir uma grande preocupação da sociedade, em geral, com a própria imagem. Às vezes, tal preocupação é justificada em função da necessidade de se ter uma boa saúde, outras vezes, à necessidade de se ter uma boa aparência (em função da posição social, política, cultural ou econômica que se ocupa), outras ainda, a fim de se manter (ou parecer) jovem. Neste trabalho, portanto, a intenção é analisar, a partir dos discursos enunciados nas reportagens da revista escolhida, quais são os argumentos utilizados para justificar a importância do culto à própria imagem. Para tanto, será importante conhecer quem são os principais “personagens” (atores sociais) que fazem uso (ou devem fazer uso) destes discursos e recursos e quais as estratégias discursivas utilizadas para convencer a todos nós que “ter sucesso” significa como devemos agir, como nosso corpo deve ser, quais as profissões de sucesso, quais os padrões sociais impostos, entre outros. Considerando-se a importância que algumas profissões dão ao culto da imagem e à formação da opinião pública (o que os outros pensam de nós), será importante realizar esta pesquisa no âmbito da realização de meu trabalho de conclusão de curso em Relações Públicas, por serem estas funções extremamente preconizadas em nossa formação.