

090

NARCISISMO E MÍDIA: O CORPO DO SÉCULO XXI EM EVIDÊNCIA. *Tássia Carina Kastner, Tássia Carina Kastner, Clary Milnitsky Sapiro (orient.) (UFRGS).*

A escolha de pauta em revistas informativas passa por diversos critérios de noticiabilidade, estabelecidos a partir de fatos do cotidiano que dão visibilidade a aspectos econômicos, sociais e culturais. O objetivo desse estudo é analisar e descrever como a mídia na contemporaneidade promove o culto ao indivíduo e a objetos de consumo relacionados ao seu corpo, aparência, performance e prazer. Constatamos a tendência de valorizar as descobertas das ciências biomédicas pautando o corpo saudável de forma a otimizar e “rejuvenescer” a imagem do sujeito do século XXI. Pretendemos, com esse estudo, apontar como o culto ao narcisismo tem marcado a produção de matérias e publicações em revistas de caráter informativo leigo. Metodologia: O estudo tem caráter qualitativo e procederemos à análise de conteúdo das matérias à luz de abordagens psicológicas (psicanálise e construção de valores). A seleção de revistas seguiu o critério de tiragem e venda; e a análise de conteúdo das matérias seguiu a cronologia entre os meses de junho de 2001 até junho de 2007. O número de edições é de 1056 por veículo. Destas, serão selecionadas 1 (uma) a cada dois meses totalizando 40 revistas. As categorias serão selecionadas a partir da análise do texto, i.e., a posteriori. Resultados preliminares: A mídia impressa tem privilegiado a forma e a transitoriedade, em detrimento do conteúdo e dos valores intrínsecos à condição humana.