



**12º Simpósio de Ensino de Graduação**

**MÍDIA E CONSUMO: A INFLUÊNCIA NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE DO ADOLESCENTE**

**Autor(es)**

---

RENATA S. DE MENDONÇA NUNES

**Orientador(es)**

---

IDA CARNEIRO MARTINS

**Resumo Simplificado**

---

Os tipos de imprensa criados por Gutenberg, ainda no século XV, possibilitaram a disseminação de conteúdos pela Europa. Os primeiros documentos gráficos foram de origem religiosa e filosófica e, embora fosse acessível para os poucos membros da elite letrada, pode-se considerá-los como a primeira forma de cultura de massa. Esta se expandiu com a criação do jornal, da fotografia, do rádio, do cinema e o desenvolvimento da televisão após a Segunda Guerra Mundial. A evolução tecnológica ampliou as possibilidades dos meios de comunicação. O surgimento destes instrumentos foi de grande valia para a indústria cultural que os utilizaram para agregar valores simbólicos a bens materiais. A televisão, com o tempo, passou a ocupar um lugar privilegiado nos lares e a família, que outrora se reunia em volta da mesa, passa a se reunir à frente do televisor. As programações televisivas acabam tornando-se parâmetros comportamentais para a sociedade atual e estimulam o consumo desenfreado, determinando aos produtos símbolos de status social. Estas incentivam essa prática, enaltecendo o ato de aquisição de bens materiais, influenciando a vida dos indivíduos, formando hábitos pertinentes ao consumo e, ainda, ditando padrões a serem seguidos, definindo moda, expressões linguísticas, comportamentos, músicas e tornando a aquisição de produtos de marcas específicas enquanto objetos de desejo. Os veículos midiáticos exercem grande influência na formação de crianças e adolescentes e, assim, a relação que o jovem contemporâneo mantém com o consumo é de aumento de poder em seu grupo social. Para o adolescente, isso é um valor imprescindível, pois possuir um desses objetos causa impacto direto em suas relações sociais, sendo um fator importante para a sua afirmação. Observando estes aspectos esta pesquisa, que está em andamento, se propõe a investigar quais os impactos causados pela mídia na vida de adolescentes, ou seja, de que modo os veículos de comunicação afetam seus hábitos e desejos de consumo. Para alcançar o objetivo proposto se utilizará de pesquisa bibliográfica obtida através de sites de busca, teses e artigos de periódicos a partir das palavras-chave: consumo, mídia, adolescência, assim como as suas combinações. Nos resultados iniciais se identifica que a difusão de valores, anteriormente transmitidos pela família, escola, igreja e outras instituições, sendo passados de uma geração à outra, na atualidade é conduzida por informações encontradas em veículos de comunicação. Ainda, a sociedade capitalista propicia que as relações humanas se deem por meio de valores relativos à conquista de objetos que se tornam símbolos de status social, dando a estes significados valores utópicos de obtenção de liberdade e felicidade. O consumo não é feito pela necessidade do produto em si, mas pelo o que representa e, sobretudo pela conotação de valor que é agregado ao ato da compra, em si. Todavia, observa-se que não basta apenas consumir, é preciso ostentar o que se consome para a autoafirmação e valorização do indivíduo.