

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO DA SOCIEDADE

Helena Fenner Massirer¹
Helena Fontoura Rodrigues²
Marcus Theisen³

3

Ainda no Estado Novo, o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) que serviu como instrumento de censura, adotou várias medidas reguladoras pois sabia do grande poder de persuasão que os canais comunicativos poderiam exercer sobre a sua imagem. Após a ditadura varguista, o poder de influência midiático continua influenciando milhares de pessoas devido à praticidade de difusão das informações. Por conseguinte, o presente trabalho visa mostrar o poder da indústria midiática sob duas perspectivas, elencando o seu lado negativo e positivo, fazendo um alerta sobre os perigos da manipulação bem como ressaltando a facilidade de acesso às informações, e também o seu papel social que estimula debates sobre os mais diversos temas. O trabalho tem como metodologia a análise bibliográfica e observação de resultados adquiridos em uma pesquisa de campo feita através de formulários que foram disponibilizados on-line. Dessa forma foi possível analisar as opiniões de pessoas de 0 a 60 anos na cidade de Dom Pedrito. As perguntas tinham como foco relatar a influência da mídia, como resultado foram obtidas 100 respostas. Em uma das perguntas que tinha como fundamento especular se os participantes se sentiam influenciados pela mídia, foi constatado que 63% dos constituintes diziam ser persuadidos pela mídia, e 37% disseram que não. A partir dos estudos e pesquisas realizadas, conclui-se que a mídia desempenha papel central na vida de muitas pessoas, motivando-as a seguir determinados padrões. Ainda que a indústria midiática apresente um impacto negativo visível diante da sociedade, os benefícios trazidos por ela não podem ser negligenciados, visto que ela é uma ferramenta de suporte que auxilia campanhas de conscientização sobre o meio ambiente, doação de sangue e diversas outras causas sociais que quando divulgadas e apoiadas pela mídia ganham proporções enormes e trazem resultados muito além do esperado.

Palavras-chave: Influência; Mídia; Sociedade.

¹Aluno do Ensino Médio da Escola Colégio da URCAMP, Dom Pedrito. E-mail: massirerh@outlook.com.br

²Aluno do Ensino Médio da Escola Colégio da URCAMP, Dom Pedrito. E-mail: helenahfr9@gmail.com

³Professor Orientador do Ensino Médio da Escola Colégio da URCAMP, Dom Pedrito. E-mail: marcustheisen@urcamp.edu.br