

QUEBROU-SE O ESPELHO - COMO O JORNALISMO NEGA UM DOS REFLEXOS DA SOCIEDADE

FRANCISCHETT, Leandra

Acadêmica do Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa - PR

BRONOSKI, Marcelo Engel (Orientador)

PORTUGAL, Priscilla Schramm

Acadêmica do Curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa - PR

O jornalismo reflete e influencia as relações da sociedade, por isso, não pode ser compreendido fora do contexto histórico. Ele também contribui para a formação de um imaginário coletivo e instituição de comportamentos, alterando as relações entre os indivíduos. Da mesma forma a moda, por ser um fenômeno social, cultural e histórico, reflete e influencia os comportamentos. O presente trabalho tem como objetivo situar a moda no âmbito de produção e publicação de informações no veículo impresso Folha de São Paulo (FSP). O jornalismo - enquanto meio que apreende a realidade e a repassa para o público - é o elo de ligação entre o acontecimento e o leitor que será influenciado por esse fato, definindo assim seus hábitos de comportamento, inclusive em relação à moda. Alguns procedimentos da Análise de Discurso (AD) de linha francesa foram tomados como base para perceber a forma como o jornal FSP apresenta o tema moda, trabalhando com elementos fornecidos pelo texto e não com a intenção do jornalista. Como procedimentos metodológicos foram realizadas entrevistas com fontes primárias. Optou-se pelas matérias veiculadas em 1999 e 2000, totalizando 75 matérias sobre o evento MorumbiFashion, considerado o mais representativo do Brasil na área. Em decorrência da forma de aquisição do material (pela internet), alguns dos elementos da AD não puderam ser abordados, como o espaço destinado à matéria na página, a diagramação e as fotografias. Portanto, os elementos de linguagem foram analisados a partir dos textos. Buscou-se as marcas comuns, extraindo trechos como exemplificação dos elementos encontrados. Dentre as regularidades encontradas estão o uso de adjetivações, a superficialidade no tratamento da moda, o emprego de termos estrangeiros ou desconhecidos, a íntima relação entre moda e sensualidade, além do destaque às pessoas famosas presentes no acontecimento. Algumas vezes a moda é encarada como algo fútil, em decorrência da desinformação ou falta de preocupação de certos jornalistas, no sentido de formar opiniões. Afinal, a moda não se resume apenas à tendência e ao consumo das peças apresentadas nos desfiles. Esse fenômeno é uma forma de expressão e comunicação da sociedade. Confirmou-se a hipótese de que a produção jornalística, no jornal diário FSP, no que se refere ao MorumbiFashion, não destina à moda uma contextualização histórica, social ou cultural. Os jornalistas não impulsionam uma racionalização da moda, inserindo o fenômeno num universo de relações humanas. De modo a tornar-se um meio informativo que restringe a moda a um público elitizado. Através da análise das matérias deste jornal, percebeu-se que o jornalismo restringe o fenômeno e desconsidera sua contribuição, pois retrata a moda como tendência e não como reflexo da sociedade. Acredita-se que os jornalistas deveriam colaborar com a compreensão do assunto pelos leitores, tornando-o realmente uma forma de conhecimento, um dos principais papéis sociais da produção jornalística.

e-mail: lefrancischetti@yahoo.com - apportugal@uol.com.br