

## **TEORIA DA COMUNICAÇÃO: MÍDIA, CONSUMO E CULTURA**

**Aluna: Mayara Martinez Alonso Benatti**  
**Orientador: Everardo Rocha**

### **Introdução**

A crescente influência da moda nos comportamentos sociais e nos hábitos de consumo da sociedade consolida, progressivamente, a abordagem desse tema nos diferentes meios de comunicação de massa. Interessado em estudar como o assunto é tratado no jornal, o projeto analisou o caderno “Ela”, do jornal “O Globo”. O suplemento reúne as principais informações do universo da moda através de diferentes formas de abordagem. O conjunto de características obtidas a partir da análise do material permitiu desenvolver estudos do consumo dentro da proposta do projeto de pesquisa.

### **Objetivo**

O objetivo da pesquisa foi analisar como o caderno “Ela” se estrutura e como ali são abordadas as questões do consumo e da moda, além de temas ligados a ela: decoração, comportamento, música, fotografia, entre outros. Por ser um produto do jornal “O Globo”, a pesquisa teve como objetivo, também, uma análise prévia do próprio jornal, cujas características dizem muito a respeito do suplemento escolhido.

### **Metodologia**

Para alcançar os objetivos traçados, a pesquisa foi dividida em três fases. A primeira fase consistiu numa revisão de literatura através do estudo de obras que retratam o panorama geral da imprensa no Brasil a partir de 1920, ano de surgimento do jornal “O Globo”. A segunda fase compreendeu o estudo do surgimento do caderno “Ela”, através de pesquisas realizadas e de informações obtidas, diretamente, com a assessoria do jornal. A última fase correspondeu a uma análise crítica do período de um ano (julho 2009/junho 2010) do jornal “O Globo” e, particularmente, do caderno “Ela”. Essa análise priorizou a investigação da estrutura do produto, tanto em relação ao seu conteúdo - assuntos, recorrência de temas, ideologias, representações - quanto a sua forma - colunas, colunistas, anúncios, páginas, designer gráfico, linguagem, público-alvo, entre outros.

### **Conclusão**

O estudo pode contribuir para um maior conhecimento do jornal “O Globo”, através de um breve histórico e exame de suas características. Mas, o foco principal da pesquisa foi a identificação de certos aspectos do fenômeno do consumo, tal como elaborados naquele espaço. Nesse sentido, a pesquisa pode concluir que as características do caderno “Ela” condizem com as representações típicas do seu público-alvo, a chamada classe média alta. O estudo permitiu até mesmo uma inferência geral com relação ao tema específico da moda, elemento central do consumo no caderno “Ela”. O assunto, tal como tratado no caderno, carrega ares de sofisticação, elegância e aprimoramento que se deixam revelar nas formas pelas quais essas representações são ali elaboradas e transmitidas. O caderno “Ela” segue, levando em conta as proporções e as devidas diferenças entre meios de comunicação, a mesma linha de abordagem e um estilo ideológico muito próximo das demais narrativas

mediáticas da moda que podem ser encontradas em veículos como revistas “Vogue” e “Elle”; site “Chic”; o programa de TV “GNT Fashion”, entre outros.

### **Referências**

- 1- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.
- 2- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- 3- BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. São Paulo: Zouk/Edusp. 2007.
- 4- CASTRO, Ruy. **O anjo pornográfico**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- 5- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- 6- MCCRACKEN, David. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- 7- MORAIS, Fernando. **Chatô: O rei do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- 8- ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- 9- \_\_\_\_\_. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- 10- \_\_\_\_\_. **As representações do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- 11- WERNECK SODRÉ, Nelson. **História da Imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.