

Bruna Micheline Batista Pereira Ottoni

**LUZ, CÂMERA... MODA: A VITRINE DE SONHOS DA
TELEVISÃO E SEUS EFEITOS NO COTIDIANO**

Belo Horizonte
2008

Bruna Micheline Batista Pereira Ottoni

**LUZ, CÂMERA... MODA: A VITRINE DE SONHOS DA
TELEVISÃO E SEUS EFEITOS NO COTIDIANO**

Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social, do Departamento de
Ciências da Comunicação (DCC), do Centro
Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH),
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Juarez Guimarães Dias.

Belo Horizonte
2008

Dedico esse trabalho à minha amada mãe.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	4
1 O CÓDIGO DA MODA.....	6
1.1 História da moda feminina a partir do século XX.....	6
1.2 A efemeridade da moda e sua relação com a cultura de massa.....	10
1.3 O jornalismo de moda e a influência da indústria cultural.....	14
2 MODA E AUDIOVISUAL – FIGURINO.....	19
2.1 Uma breve relação do figurino com a moda.....	19
2.2 Função narrativa do figurino e seu processo de elaboração.....	22
2.3 O trabalho do figurinista.....	26
3 FIGURINO NA OBRA DE GILBERTO BRAGA	30
3.1 Metodologia.....	30
3.2 Um breve histórico do autor Gilberto Braga.....	31
3.3 Análise.....	32
3.3.1 Obras de Gilberto Braga e cultura de massa.....	32
3.3.2 O figurino na minissérie <i>Anos Rebeldes</i>	36
3.3.2.1 O figurino da personagem Maria Lúcia.....	41
3.3.2.2 O figurino da personagem Heloísa.....	45
3.3.3 O figurino na telenovela <i>Paraíso Tropical</i>	50
3.3.3.1 O figurino da personagem Bebel.....	52
3.3.3.2 O figurino da personagem Taís.....	57
3.4 Moda e a indústria cultural.....	61
CONCLUSÃO.....	70
REFERÊNCIAS.....	72

INTRODUÇÃO

Levando em consideração o universo revelador dos figurinos e seus mais diversos recursos, além do contínuo avanço do jornalismo de moda na imprensa brasileira, consideramos relevante a análise de como as vestimentas dos figurinos retratam o estilo e a cultura de uma época, seja atual ou histórico, tomando como objeto de análise os figurinos de obras televisivas e sua interligação com a cultura de massa.

Constatar como a mídia nos transporta para o momento histórico e a cultura de uma geração no passado, através dos figurinos de uma minissérie de época e como a mídia influencia a moda da atualidade, através das telenovelas de grande repercussão nacional, faz com que o figurino seja reconhecido como um instrumento que apresenta inúmeros prismas, quanto a sua própria construção na narrativa e quanto ao seu universo simbólico.

A partir dos figurinos de novelas e minisséries, reconhecemos a personalidade do personagem, pois conseguimos identificar fatores como a sua classe social, idade, estilo, cultura, comunidade. O figurino é essencial na caracterização do vilão, da mocinha, do malandro e de inúmeros personagens que divertem e entretêm muitos brasileiros na televisão. Além disso, esse também é responsável por aproximar ou causar certo distanciamento do telespectador em relação ao personagem.

Através da moda, somos apresentados as mais diversas culturas, etnias e momentos históricos. Por ser um país tropical e heterogêneo, em sua miscigenação de raças, a moda brasileira é muito diversificada, colorida, sensual e tem visibilidade no mercado internacional. A moda por ser efêmera e de acelerado desuso está relacionada à indústria cultural e ao sentimento de liberdade do próprio ser humano. Sua principal temporalidade são as quatro estações do ano, pois está se divide em primavera-verão e outono-inverno. Considerando que cada uma dessas tem um tempo médio de seis meses, o mesmo de uma telenovela brasileira, há uma possível relação de que a tendência de moda atual no Brasil é, também, seguida pelos padrões dos figurinos nas telenovelas brasileiras.

Identificar como os figurinos femininos, nas obras do autor Gilberto Braga, representam a moda de uma determinada época, a partir da análise da minissérie *Anos Rebeldes* (1992) e da telenovela *Paraíso Tropical* (2007), ambas transmitidas pela rede Globo de televisão, poderá ilustrar bem este contexto.

Para uma boa apreensão, no primeiro capítulo vamos contextualizar e fazer um breve panorama da história da moda do século XX e início do século XXI, além de relacionar a moda com a cultura de uma sociedade e identificar quais são as principais influências que guiam o jornalismo de moda.

No segundo capítulo, veremos como se dá a elaboração do figurino a partir dos seus aspectos de construção e interpretação narrativa e sua relação com a moda, além de analisar os vários aspectos determinantes do trabalho do figurinista. Ainda, vamos discernir quais são os elementos que representam a relação entre moda e figurino, o que os aproxima e difere.

No terceiro capítulo, faremos a análise a partir da identificação dos aspectos culturais, sociais e mercadológicos que determinam a moda como um todo dentro da atual sociedade, relacionando os interesses da grande mídia e as relações econômicas. A junção da análise desses pontos em questão, presentes nas duas obras sugeridas, proporcionará um estudo a respeito do elo entre a tendência de moda através dos figurinos e da sua representação de uma época, bem como sua respectiva potencialidade diante do público consumidor.

1 O CÓDIGO DA MODA

1.1 História da moda feminina a partir do século XX

A roupa e o acessório são artefatos simbólicos de distinção, eles manifestam a personalidade do usuário, não somente veste as pessoas, tem um sistema de comunicação. A vestimenta tem um valor próprio. Ela pode dar ou não status a uma pessoa, identificar uma determinada época, nível financeiro e social, sexo e até a idade, dentre outros significados. E é através do segmento de moda, que se pode analisar como cada momento histórico influenciou na maneira das mulheres se vestirem.

Em *Breve História da Moda*, Denise Pollini (2007) afirma que o século XIX vivenciou o surgimento da moda como a conhecemos, mas é durante o século XX que a moda sofrerá transformações guiando a nossa relação contemporânea com ela. Através das mudanças vivenciadas pelo século XX, ocasionadas pelas guerras e revoluções, as roupas, que são reflexos do pensamento humano, também mudaram. A moda, que antes era apenas para um seleto grupo, a partir do século XX, torna-se mais democrática.

No livro *O design do século*, Michael Tambini (1999) aborda e exemplifica os diferentes momentos da história, a mudança dos valores e das atitudes durante o século XX que refletem diretamente no modo como as mulheres se vestem, além de mostrar o papel delas na sociedade. Tambini (1999) mostra como algumas roupas do dia-a-dia, vestidos longos e incômodos com várias saias, foram substituídas por trajes mais adequados ao estilo de vida das mulheres modernas. Na visão do autor, novos visuais foram criados baseados numa combinação de senso estético, novos materiais e no desafio ao passado. Ao analisar o decorrer do século XX através dessa obra, é possível constatar essa mudança de valores através das vestimentas tradicionais de cada década.

Michael Tambini (1999) inicia a história da moda a partir de 1900, quando os trajes femininos eram desconfortáveis, pois a postura de beleza exigida das mulheres da época era difícil de alcançar sem ter o corpo quase todo apertado. A silhueta em forma de “S” empurrava o busto para frente e os quadris para trás e era moldada por um espartilho.

Com a mudança do contexto histórico em 1914, ano em que a Primeira Guerra Mundial começou, os homens foram guerrear e as mulheres, para sobreviverem, tiveram

que começar a trabalhar fora de casa. Mary Phelps Jacobs, enxergando a necessidade de se criar roupas mais práticas para ajudar as mulheres em seus novos trabalhos, criou o sutiã. Muito diferente dos atuais, eram uma espécie de porta-seios tendo como material dois lenços, uma fita cor-de-rosa e um cordão para comprimir os seios. Depois de confeccionar cópias para as amigas, resolveu comercializar a invenção.

Tambini (1999) constata que a década de 1920 foi marcada pela silhueta tubular, sem espartilhos apertados aos corpos, tecidos mais curtos e com mais leveza como a seda ou o *crêpe-de-chine*. Foi um momento histórico no qual as mulheres começaram a luta feminista e a prisão dos corpos não era mais bem vista aos olhares femininos. As roupas mostravam partes do corpo como braços e costas antes escondidas por uma questão moral. À medida que as saias subiram, os sapatos passaram a ser, pela primeira vez, o foco de uma vestimenta. Usavam-se meias beges para sugerir pernas nuas. Pollini (2007) cita outras influências importantes para a tendência de moda da época, segundo a autora “[...] o Jazz, o Charleston e as novas descobertas científicas (que encorajavam a prática de esportes e passeios ao ar livre) contribuíram para, de repente, a moda dar um pulo [...]” (POLLINI, 2007, p. 53). Esse interesse pelos esportes, como o tênis, golfe, vela e tiro, também fizeram com que novos estilos de sapatos esportivos surgissem.

A Grande Depressão foi uma grande recessão econômica que persistiu ao longo da década de 1930 nos EUA. É considerado o pior e o mais longo período de recessão econômica do século XX. Este período causou altas taxas de desemprego, bem como quedas na produção industrial e em praticamente todo setor de atividade econômica, em diversos países no mundo. A moda, como reflexo desse momento histórico, tornou-se mais sóbria: o comprimento das roupas aumentou novamente e os ombros foram enfatizados. Eram populares os conjuntos sóbrios, com um corte reto de tecidos leves e escuros. Os práticos sapatos de couro amaciado, que tinham como principais características conforto e durabilidade, predominaram nessa época e eram um reflexo dos tempos duros. Segundo Pollini (2007), se na década anterior a leveza e o charme de transformar mulheres em meninas através do vestuário era a moda, agora em tempos difíceis, as mulheres precisavam voltar a ter posturas mais sérias e prontas para enfrentar as dificuldades.

Michael Tambini (1999) recorda que por causa da enorme dificuldade enfrentada pela população na Segunda Guerra Mundial, a moda da década de 1940, do século XX, sofreu uma transformação, principalmente pela escassez de tecidos, que levou à diminuição de sua quantidade nas roupas. Alguns países tomaram medidas para

sobreviverem a essa nova condição, como exemplo o *náilon*, lançado nos EUA em 1940, era de difícil obtenção na Europa, que o substituiu por algodão. Além disso, a Grã-Bretanha montou um plano de racionamento de tecidos e a França limitou o número de pregas e botões das roupas e proibiu saias muito rodadas para economizar.

Para Denise Pollini (2007), esse foi o momento em que a escassez virou criatividade e um bom exemplo disso é a meia calça desenhada na perna, que se tratava de uma tinta com que as mulheres pintavam suas pernas para dar a impressão de estarem usando meias, já que a seda estava escassa. Além disso, foram lançados modelos de roupas e acessórios com materiais atípicos como jornal, celofane e cortiça. Quando o couro se tornou escasso, surgiram os sapatos de pano.

Nos anos 1950, as silhuetas curvilíneas e os enchimentos nos sutiãs para realçar o busto eram o auge da nova tendência. O *New Look* de Christian Dior, que foi lançado no pós-guerra em 1947, era a roupa do dia-a-dia das mulheres que preocupavam em seguir o movimento de moda. O corpete justo, a cintura estreita e a saia solta tornavam a silhueta curvilínea. Estampas florais e tecidos em cores vivas eram a preferência dos estilistas e das mulheres. As luvas eram usadas até no verão. Pollini (2007) lembra que o *rock'n roll*, o consumismo exagerado de novos produtos e o cinema, com filmes como *Juventude Transviada* e *O Selvagem da Motocicleta*, foram uma força que fizeram moda nessa década. Para os jovens, jeans e camisetas brancas foram o símbolo da rebeldia. Os EUA eram o mais novo eixo do poder, apesar de a França manter sua liderança no mundo da moda, mas até nesse universo os americanos se destacaram lançando o *ready-to-wear*, mais conhecido como moda *prêt-à-porter*, que significa “pronto a vestir”. Essas são as roupas que encontramos prontas nas lojas em vários tamanhos, tecidos, qualidades e que deram o fim ao reinado da alta costura no final dessa década. A cultura de massa e as transformações que se deram solidificaram o caminho das roupas informais.

Tambini (1999) constata que nos anos 1960 a maquiagem pesada nos olhos e as malhas de alta qualidade, coloridas e com diversas estampas, foram muito usadas. Botas de cano alto em PVC, transparentes coladas às pernas, verniz ou vinil em um estilo moderno e padrões geométricos, eram atrativos do público feminino. Mas para Pollini (2007), a maior revolução dessa década no mundo da moda deu-se com o lançamento da minissaia:

Em média, para se fazer uma minissaia é necessário 40 cm de tecido. Nunca tão pouco realizou tanto, pois se fosse necessário escolher apenas um objeto-símbolo de todas estas revoluções, talvez a minissaia seja aquela que mais coleciona atributos para tal. Ela representou a revolução dos costumes, a revolução feminina, a revolução estética... Poucos centímetros de tecido serviram como divisor de águas para a moda e para a sociedade. (POLLINI, 2007, p. 68).

Segundo Michael Tambini (1999), o feminismo e a luta pelos direitos civis foram a inspiração dos estilistas na década de 1970. Fibras sintéticas que não amarrotavam e estampas psicodélicas ditavam a moda nas ruas. O *jeans* estava no seu auge. Estampas coloridas e florais inspiravam o momento histórico em que jovens da classe média saiam de suas casas para lutar pela paz mundial nas ruas. A praticidade das roupas e o conforto eram inevitáveis. As roupas *unissex* tiveram seu auge, as mulheres passaram a usar calças masculinas, suspensórios e coletes, bem como o *jeans* e as camisetas sem gola. No Brasil, as mulheres participavam ao lado dos homens na luta contra o governo repressivo imposto pela ditadura militar, participando de protestos e “caindo” na clandestinidade, o que deu forte ênfase à necessidade da moda das roupas *unissex*.

Denise Pollini (2007) afirma que foi em Londres, na década de 1970, que o movimento *Punk* teve sua força na luta contra o sistema de consumo, porém é inevitável sua relevância no mundo da moda. E nessa década os *hippies*, que defendiam o fim da violência entre os homens e os desejos de posse da burguesia, também obtiveram destaque. Esta nova postura política pedia uma nova estética, segundo a autora:

De certa maneira, pode-se dizer que os anos 70 foram o anti-moda, mas assim como abrir mão da vaidade pode ainda ser uma vaidade, abrir mão da moda já é lançar uma nova estética de moda. Com isso, ocorreu a busca por brechós e pela “customização”, bordados, franjas, batas e tecidos tingidos como o *batik* fizeram a moda dos anos 70, e o couro se tornou um dos elementos de maior importância na confecção dos acessórios (de preferência feitos pelo usuário). As calças boca-de-sino se tornaram a marca dos anos 70 e variavam de discretas aberturas até verdadeiros “toldos” que escondiam totalmente o sapato. (POLLINI, 2007, p. 73).

Segundo Tambini (1999), a roupa feminina nos anos 1980 misturava *glamour*, preocupação com o corpo e um visual informal. A *lycra* teve seu auge em roupas colantes e coloridas, que combinava também com a moda da academia de ginástica que teve um forte apelo na época. Para Pollini (2007), a vontade de ser reconhecido profissionalmente refletia nas roupas, como o uso de ombreiras em *tailleurs* que tinham a proposta de transmitir uma estética mais formal, geométrica, de uma pessoa com grande

sucesso profissional. Os anos de 1980 reviveram os sapatos muito caros e trouxeram os estilistas esotéricos, de alto preço, para fora do seu espaço exclusivo, tornando-os públicos.

Já no início de 1990, Denise Pollini (2007) recorda fatores como a disseminação da *Aids*, a queda das ações da Bolsa de Nova York e a Guerra do Kuwait que influenciaram para que a moda dessa década fosse mais discreta em relação às anteriores. Estilistas famosos evidenciaram uma moda minimalista, prática e com cores puras como o cinza, o branco e o preto.

Mas em relação a essa década, conforme a autora, “O fim do século XX elegeu o múltiplo como sua essência e tornou evidente que não existe mais uma ‘moda universal’, um estilo único a ser seguido.” (POLLINI, 2007, p. 80).

O século XXI classifica-se pela ditadura do efêmero, rápido desuso e da performance no mundo da moda, que produz bilhões em grandes negócios. Para Pollini (2007), um dos desafios da moda atualmente é a incorporação de valores ecológicos e éticos na produção. Anteriormente, como mostrado, a moda podia ser classificada por décadas, a partir do final do século XX, ela se orienta pelas estações do ano e essas são divididas em primavera-verão e outono-inverno, podendo ter subdivisões, como exemplo: alto verão e baixo verão. Pode-se relacionar o calendário da moda ao tempo de uma telenovela em evidência na mídia brasileira, que tem uma média de quatro meses. Muda-se a novela - os personagens, os figurinos e a moda já não é mais a mesma. As guerras, a queda na bolsa, a necessidade de mulheres trabalharem fora de casa, o feminismo, a luta pelos direitos civis foram alguns dos motivos que determinaram a moda de um determinado período histórico. Agora esse poder está relacionado com a forte influência da mídia e sua relação à cultura de massa. Principalmente através das novelas, filmes e revistas de celebridades, a mídia é um pólo determinante da moda no século XXI.

1.2 A efemeridade da moda e sua relação com a cultura de massa

Em seu livro *O Império do Efêmero*, Gilles Lipovetsky (1989) afirma que a cultura de massa é ainda mais importante no segmento da moda, comparando-se ao próprio sistema *fashion* que determina as tendências dela. Para ele, toda cultura mass-

mediática tornou-se uma máquina comandada pela lei da renovação acelerada, do sucesso efêmero, da sedução, da diferença marginal. Há uma indústria cultural que se organiza a partir do novo, correspondendo a um consumo bastante instável, mais que em toda parte predomina aí a inconstância e a imprevisibilidade dos gostos. A ordem do consumo é organizada pela sedução e pelo desuso acelerado.

O novo predomina, é superior ao antigo, e a relação que mantemos com os objetos não é mais sob uma questão de utilidade, e sim lúdica. O principal artifício utilizado é a sedução e através das mídias a necessidade de um produto varia cada vez mais rápido, com mais frequência. O mesmo produto de ontem, hoje tem um adicional a mais que é imprescindível e isso altera o modo de consumo.

Nesse contexto, segundo o autor, a moda e a mídia andam juntas, interligadas, já que o fugaz dos vestuários é mostrado pelos meios de comunicação que seduzem cada vez mais o consumidor. Por outro lado, a diversificação e a desmassificação do produto é que rege essa lei da moda, que despadroniza, multiplica as escolhas e opções e oferece um amplo leque de modelos.

Segundo Lipovetsky (1989), a necessidade individual faz com que esqueçamos o passado bem rápido, e isso traz uma sensação de liberdade, pois experimentar o novo é uma aventura que liberta, o que está diretamente ligado ao estado social de democracia em que vivemos.

O autor reflete sobre a importância da obra *Les Lois de l'imitation*, de Gabriel de Tarde que, segundo Lipovetsky (1989), foi o primeiro a definir a moda como algo de ampla importância social que relaciona os seres humanos, que vai além do frívolo, capaz de usar o princípio da moda para definir épocas e civilizações.

Para Gabriel de Tarde, conforme análise de Lipovetsky (1989), a moda é um entrelaçamento social que surge a partir do interesse ao novo:

A moda e o costume são as duas grandes formas de imitatividade que permitem a assimilação social das pessoas. Quando a influência dos ancestrais cede o passo para a submissão às sugestões dos inovadores, as eras de costume dão lugar às eras de moda. Enquanto nos séculos de costumes obedece-se às regras dos antepassados, nos séculos de moda imitam-se as novidades de fora e aquelas que nos cercam. A moda é uma lógica social independente dos conteúdos; todas as condutas, todas as instituições são suscetíveis de ser levadas pelo espírito de moda, pelo fascínio do novo e a atração dos modernos. Dois princípios estritamente correlatos caracterizam a moda aos olhos de G. de Tarde: por um lado, uma relação de pessoa a pessoa regida pela imitação dos modelos contemporâneos; por outro, uma nova temporalidade legítima, *o presente social*, que ilustra o mais exatamente possível a divisa das eras de moda: “quanto mais novo melhor”. Nos tempos

em que a moda domina, não é mais o passado tradicional que é objeto de culto [...] (LIPOVETSKY, 1989, p.266).

Lipovetsky (1989) deixa explícito o enorme valor e a importância da obra de Gabriel de Tarde, porém há discordâncias entre os autores. Lipovetsky justifica essas, pelo distanciamento e mudanças geradas entre as épocas das obras. A principal delas dá-se quando G. de Tarde afirma que a moda é um movimento importante, porém sua corrente é fraca comparando ao valor das tradições, que jamais serão superadas. Os inovadores não possuem o prestígio dos ancestrais e a tradição é uma constante social independente da moda. Porém, para Lipovetsky (1989) a moda está consumada e prepondera sob a tradição, o presente sobressai o passado e as normas que guiam os nossos comportamentos são constantemente modificadas. O hábito do costume não prevaleceu perante as novidades. Para o autor, o passado não está descartado, mas neutralizado. A moda, com seu estado efêmero, está ligada a economia, ao cotidiano e à cultura nos tempos atuais.

Lipovetsky (1989) afirma que as novas estratégias multimídia permitem não só distribuir por diferentes filiais os riscos ligados ao mercado cultural, mas também promovem produtos com vocação a esses direcionamentos. Assim os conglomerados multimídia organizam-se de maneira que o crescimento de uma atividade beneficia as outras. Um filme de sucesso conduz a um programa de televisão, de um livro tira-se um filme ou uma série, as histórias em quadrinhos dão origem a filmes.

Com as operações multimídia, uma certa “racionalização” da moda é empregada: não porque as modas seriam agora dirigidas e controladas de ponta a ponta o que não tem nenhum sentido, mas porque cada produção funciona como publicidade para outra, tudo é “recuperado” de maneira sinérgica para amplificar e acelerar o fenômeno do sucesso. (LIPOVETSKY, 1989, p. 209).

Lipovetsky (1989) diz que para reduzir a polissemia, visando o grande público, lançando no mercado produtos *fast food*, as indústrias culturais instituem na esfera do espetáculo uma temporalidade própria à moda. Isso acontece porque, primeiramente, sua finalidade está antes de tudo no lazer imediato: trata-se de divertir, não educar. Em segundo lugar, porque readapta todas as atitudes e todos os discursos relativos à modernidade. Enfim, porque é uma cultura sem rastro, sem futuro, sem prolongamento. É feita para existir no presente.

O autor diz que a cultura de massa também está relacionada com a moda, à medida que também está em torno de figuras de charme e com grande sucesso, que

estimulam adorações e paixões: estrelas e ídolos. Ele lembra que desde 1910 e 1920, o cinema jamais deixou de fabricar estrelas, pois são elas que estão nos cartazes publicitários, que atraem o público, justamente está relação que vem sendo utilizada no futebol a partir dos anos 1990.

Lipovetsky (1989) conclui ainda que a personalidade é o principal destaque da estrela, que brilha e conquista o público essencialmente pelo tipo de homem ou mulher que consegue impôr na tela: Greta Garbo encarnou a mulher inacessível e altiva, Marilyn Monroe, a mulher inocente, sensual e vulnerável, Clark Gable foi o típico homem exemplar, viril, cúmplice e Clint Eastwood é identificado como homem duro, cínico e eficaz. Atualmente o futebol também trouxe essa cultura do cinema para os campos, como o caso de Ronaldo que é tratado como o goleador e conquistador, Beckham como modelo e galã, e Kaká como bom moço e craque de bola.

Por ser símbolo midiático da personalidade, a estrela não é de modo algum, estranha ao sistema das pequenas variações próprias da moda. O fenômeno se tornou manifesto nos anos de 1950, quando apareceu toda uma série de vedetes femininas encarnando variações sobre o tema da mulher criança: a inocente Marilyn, o animalzinho sexual, a boneca Baker, a travessa Audrey Hepburn. Mesmo processo no que diz respeito aos astros masculinos em torno do herói jovem, revoltado, atormentado, de que Marlon Brando e James Dean foram os protótipos; Paul Newman, Dustin Hoffman e outros. (LIPOVETSKY, 1989, p. 215).

Para Lipovetsky (1989), a idolatria das estrelas não é uma droga de massa, não se explica a partir da miséria da carência da vida morna e anônima das pessoas nas cidades modernas. Porém, ela não se espalha entre os adultos, pois, na medida em que o fenômeno é inseparável da busca da identidade e da autonomia, só pode aparecer no universo democrático em que se operaram a dissolução da ordem hierárquico-desigualadora. A desigualdade entre o fã e a estrela não é a que liga o fiel a Deus, mas aquela ligada à revolução democrática, em que todos os seres, soltos e livres, podem reconhecer-se uns nos outros, à medida que conhecem tudo da intimidade cotidiana do outro.

O autor fala que não há dúvida de que o grande sucesso alcançado pelas diversas manifestações da cultura midiática deva ser atribuído à sua capacidade de oferecer um universo de mudança de ares, de lazer e aquecimento, de sonho. Analisando essa como meio de distração, faz-se como se tudo apagassem uma vez terminando o sonho, como se o fenômeno não deixasse nenhum rastro e não transformasse os comportamentos do público.

Em muitos domínios, a mídia conseguiu substituir a Igreja, a escola, a família, os partidos, os sindicatos, como meios de socialização e transmissão de saber. É cada vez mais através dos meios de comunicação de massa que somos informados sobre o curso do mundo, são eles que nos passam os dados novos capazes de adaptar-nos ao nosso meio. A mídia socializa na sedução da troca verbal e do relacional, participa na civilização do conflito ideológico e social.

1.3 O jornalismo de moda e a influência da indústria cultural

Apesar de a moda ser um coeficiente importante da atual sociedade, tanto na economia como na cultura do país, ela ainda é julgada por muitos com uma visão distorcida, como algo fútil e voltado para pessoas alienadas.

Em *O Jornalismo e Produção de Moda*, Ruthy Joffily (1991) ressalta que a moda é um fenômeno social e cultural de grande importância, que gera empregos diretos e indiretos, tanto no seu campo propriamente dito, como enormes lucros na mídia eletrônica, na publicidade e no jornalismo. Porém, devido ao preconceito ainda bastante presente nesse ramo, há jornais em que a moda permanece como seção, sem o destaque de uma editoria, com algumas exceções relacionadas às revistas femininas. A moda ainda é vista por muitos jornais como algo semelhante a um setor de anúncios, importante para a parte financeira da empresa. Preocupam-se com o lucro e não com status de cobertura jornalística propriamente, tendo textos com pouca ou nenhuma ligação com o leitor. Quando as revistas femininas também cometem esse erro, se deparam com a queda nas vendas, o que resulta na queda dos verdadeiros anúncios, e percebem que os leitores esperam do jornalismo de moda matérias atuais e bem estruturadas, priorizando as necessidades do público alvo. Conforme Joffily (1991):

O valor do editorial de moda está em manter o público atualizado em relação aos lançamentos e tendências. Está em realizar a crítica, buscando critérios estéticos e pragmáticos. Estéticos, pelo lado criativo e artístico da criação de moda. Pragmáticos, porque a roupa é para ser usada no cotidiano, porque há períodos em que o consumidor anda de bolso vazio. Está em acompanhar, pelo prisma da moda, a flutuação dos comportamentos, a mudança nas correntes sócio culturais. Em outro dos seus ramos, o jornalismo de moda especializado em prestar serviço ao leitor – informação extremamente objetiva – realiza-se, na minha opinião, a concretização do nosso papel junto ao público, qual seja o de adequar o sonho da moda à realidade da leitora [...] (JOFFILY, 1991, p. 12).

Joffily (1991) destaca que contra o preconceito que leva à desvalorização da área do jornalismo de moda, o poder do profissional está relacionado à sua formação técnica e cultural, pois moda também é um tema cultural, ligado às crenças e aos hábitos.

Em *Cultura de Massas no Século XX*, Edgar Morin (1997) afirma que o sistema privado tem a preocupação de atingir o maior público possível, sempre em busca do lucro máximo. Já no sistema do Estado tudo gira em torno do interesse político e ideológico. O sistema privado busca agradar o consumidor, tentando tudo para recrear, divertir, dentro dos limites da censura. No sistema do Estado há intenção de convencer, educar, mas, por um lado, tem uma ideologia que pode aborrecer ou irritar. Mas, ao contrário do privado, não é estimulado pelo lucro e pode desenvolver a cultura.

Morin (1997) diz que todo sistema industrial, mesmo fora da procura do lucro, tende ao crescimento, e toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo. Para o autor, nem a indústria cultural escapa a essa lei, mas nos seus setores ela tende ao público universal, pois a procura de um público variado implica a procura de variedade na informação e a procura de um grande público implica a procura de um denominador comum.

O autor acredita que a produção cultural atinge um público de massa, o público universal, ou seja, a produção cultural é determinada pelo próprio mercado. A cultura de massa, no universo capitalista, não é imposta pelas instituições sociais, mas depende da indústria e do comércio.

Para Joffily (1991) a imagem do público consumidor é o foco das empresas de comunicação, pois essas visam seu lucro a partir do desenvolvimento de um trabalho que agrade e correspondam às necessidades desse. Segundo a autora:

Dificilmente essa imagem [do público] é formada a partir de uma análise rigorosa, que anteceda a publicação. Via de regra, há uma conceituação geral, que vai se consolidando a partir das respostas do público às propostas apresentadas sob a forma de matérias publicadas. É freqüente também que essa imagem se forme de maneira inversa, a partir da equipe, da sua ideologia, visão de jornalismo, de moda, etc. Nesse caso é sempre bom lembrar que o público não é uma realidade ossificada. O leitor se transforma ao sabor das mudanças sociais e pela própria influência do veículo. Se fazemos algo bem feito num número, a expectativa do público é de que, no mínimo, mantenhamos o padrão, e, se possível, que apresentemos um trabalho superior na próxima edição. É a partir desse horizonte de público que se define uma linha editorial. (JOFFILY, 1991, p. 69).

Em *O Império do Efêmero*, Gilles Lipovetsky (1989) relata que a obrigação de renovação própria das indústrias culturais não tem nada a ver com a tradição da nova característica da arte moderna. Diferentemente dos vanguardistas, o produto cultural se molda em fórmulas já experimentadas, é inseparável da repetição de conteúdos de estruturas, de estilos já existentes. Com certeza, certas obras conseguem sair de caminhos já propostos e inovar, mas a regra geral está em variar o mínimo na ordem conhecida: no cinema, por exemplo, filmes como cem *westerns* desenvolvem a mesma trama do fora da lei e do justiceiro, cem policiais colocam em cena os mesmos confrontos na cidade, cada vez com pequenas diferenças que irão determinar o sucesso ou o insucesso do produto.

Morin (1997) classifica o consumo da cultura de massa em grande parte como o lazer moderno, que não é apenas o acesso democrático. Há um tempo livre que era o privilégio das classes dominantes. A cultura de massa pode assim ser considerada como uma gigantesca ética do lazer, sempre disposta a mobilizar a diversão e o entretenimento. A cultura de massa mantém e amplifica o voyeurismo, que são os mexericos, confidências e revelações sobre a vida das celebridades.

A partir da década de 1930, o autor define que há linhas de força que orientam o imaginário em direção ao realismo e que de certa forma estimularam a identificação do espectador ou leitor com o herói. Mas é nas décadas de 1930 e 1940, no cinema americano, que acontece essa revolução radical e significativa. O ator se torna cada vez mais natural até aparecer não mais como monstro sagrado, mas como um sócia do espectador ao qual este está ligado por semelhanças e por uma simpatia profunda. Essa identificação gera um grande consumismo não só do cinema, mas dos produtos que são oferecidos através deste e dos atores. O segmento de moda se beneficia com isso a partir do momento em que as roupas e acessórios, utilizados pelos astros, tornam-se alvo de desejo dos espectadores.

Para Morin (1997), o *happy end* é a felicidade dos heróis simpáticos, adquirida de modo quase providencial, depois das provas que normalmente deveriam conduzir a um fracasso ou saída trágica. É muito comum no mundo do futebol, na vida dos jogadores, em que atletas se envolvem em confusões fora de campo, mas no fundo são boas pessoas, só estão passando por um momento conturbado fora de campo. Atualmente, isso tem sido feito na cobertura sobre a carreira de Ronaldo Fenômeno, por exemplo.

O autor diz que no começo do século XX o imaginário exerce seu poder sobre as *mass media*. Assim, surge uma imprensa periódica, exclusivamente romanesca que tende a ser sentimental, aventureira ou policial. Com isso, a dramatização tende a preponderar sobre a informação propriamente dita. Assim, os temas fundamentais do cinema (a aventura, a proeza, o amor e a vida privada) são igualmente privilegiados junto à informação.

Morin (1997) classifica as vedetes da grande imprensa, como os olímpianos modernos. Esses olímpianos não são só os artistas de cinema, mas também os campeões dos esportes, os músicos, príncipes, reis, *playboys*, artistas e inúmeros outros que se criam no imaginário da imprensa e do leitor, e proliferam estilos de vestimentas e comportamentos variados. A informação transforma esses olímpianos em vedetes da atualidade, pois eleva fatos até então rotineiros à condição de acontecimentos históricos.

Para o autor, a imprensa de massa, ao mesmo tempo em que dá aos olímpianos um papel mitológico, explora suas vidas privadas a fim de tirar delas a substância humana que permite a identificação. Um Olimpo de vedetes domina a cultura de massa, mas se comunica pela cultura de massa, com a humanidade apropriada. Esse elo necessário de identificação se relaciona com a moda, quando o desejo de ser parecido com o astro torna alvo de desejo as roupas, os sapatos ou o novo corte de cabelo que é passo a passo explicado na revista para que os leitores possam ter igual. Os olímpianos estão presentes em todos os setores da cultura de massa. Heróis do imaginário cinematográficos são também heróis da informação vedetizada.

Morin (1997) diz que há muito tempo Hollywood já proclamou sua receita: uma moça e um revólver. O erotismo, o amor, felicidade, de um lado, e, do outro, a agressão, o homicídio, a aventura. Os temas aventureiros e homicidas não podem realizar-se na vida, eles tendem a se distribuir. A proliferação das violências imaginárias se acrescenta à vedetização da violência que explode na periferia da vida cotidiana no formato de acidentes, catástrofes e crimes.

Para o autor, a concepção da felicidade moderna é a da cultura de massa, ou seja, ela não pode ser ligada ao do hedonismo do bem estar. Pelo contrário, pode ser considerada consumidora, no sentido mais amplo do termo, isto é, que estimula não só a consumir os produtos, mas consumir a própria vida. Podemos definir a ideologia da cultura de massa como a ideologia da felicidade.

Para Morin (1997), o amor tornou-se um tema muito comum na cultura de massa, pois aparece em situações nas quais, normalmente, não deveria estar

relacionado. Essa exploração universal do amor transforma-o no grande modelo dominante da cultura de massa, que dá a prioridade ao amor sintético (espiritual e carnal), nuclear e total, deixando de lado o amor louco.

O autor cita que, na imprensa, os programas são destinados tanto para o lado masculino e feminino. Até mesmo o esporte, que possui mais o interesse masculino, atualmente tem aderido à promoção dos valores femininos. A publicidade feita com os atletas está centrada agora no corte de cabelo, brincos, tênis e até propostas para os jogadores posarem nus para as revistas são feitas, isso tudo por causa da expansão do esporte e principalmente do futebol em torno da cultura de massa.

Morin (1997) acredita que os limites da idade diminuíram, pois, hoje em dia, os astros e estrelas em atividade que ultrapassaram os cinquenta anos no cinema e no caso do futebol que a carreira durou menos, estão na casa dos trinta, são tratados como galã, e nunca deixaram de ser.

Segundo Morin (1997) a cultura de massa é produzida industrialmente, distribuída no mercado de consumo, registrando-se principalmente no lazer moderno sob forma, quase que totalmente, de espetáculo. Isso tem sido a grande arma da moda, do futebol e dos setores que tem se inspirado na cultura de massa para se expandir mundialmente.

2 MODA E AUDIOVISUAL - FIGURINO

2.1 Uma breve relação do figurino com a moda

No livro *Figurino uma experiência na televisão*, Adriana Leite e Lisete Guerra (2002) afirmam que o figurino é fundamental para a construção de um personagem, seja no teatro, no cinema ou nas telenovelas. Para tanto, pode atribuir características psicológicas sutis e profundas para compor uma cena. O design de figurino “precisa efetuar um trabalho de estilização e depuração, ou mesmo de maximização, para que os sinais sejam apreendidos.” (LEITE; GUERRA, 2002, p.15).

Para as autoras, a moda assume, cada vez mais, uma influência significativa na sociedade, principalmente se esta é ditada pelas telenovelas. A indústria das vestimentas se apresenta como um mercado em potencial, que já conquistou respeito e destaque na economia nacional e internacional, através dos grandes eventos, programas de TV, revistas e manifestações artísticas.

O ato de vestir, pura e simplesmente, parte de uma idéia que se materializa pelo objeto roupa e tudo aquilo que se relaciona com a atitude de se ornamentar, de penteados a intervenções feitas diretamente sobre o próprio corpo, constituindo um sistema de representação. As vestimentas e adornos desenham – dos períodos remotos até nossos dias – diversas aparências e silhuetas sobre o corpo humano, alterando-se de acordo com o tempo e o espaço. Porém, como manifestação cultural participam de um contexto sócio-histórico e apresentam-se sempre mediadas por um determinado conceito, regente de sua própria história, variando de acordo com o local e o momento. Cada contexto sociocultural trama um jogo de representações, numa situação de tempo e espaço específicos; conta uma história, jogo vivo, capaz de transformar o homem em personagem, participe de um espetáculo aberto. (LEITE; GUERRA, 2002, p. 30).

Leite e Guerra (2002) definem o trabalho com o figurino como um campo profissional diverso da moda, pois ainda que eles andem lado a lado, é preciso diferenciá-los. Os figurinistas precisam entender de moda, e podem utilizar produtos já prontos para vestir em seus personagens. Entretanto pode acontecer ao contrário, como ocorre frequentemente, e o figurinista através das telenovelas lançar moda.

Para as autoras, a moda e o figurino estão inseridos em duas estruturas distintas que elas definem como espetáculo. Há o conceito de espetáculo aberto, que insere a moda no sistema do vestir e existe flexibilidade e mobilidade. Já o espetáculo fechado

existe em uma estrutura fixa, não sendo a moda que determina o traje e sim um sistema próprio que tem a capacidade de reproduzir as formas da moda ou reinventá-las, tendo neste a inspiração para o figurino.

Portanto, no grande espetáculo aberto se inscreve o espetáculo fechado – a encenação – que delimita para si um sistema vestimentar próprio: o figurino. Moda e figurino convivem em “mundos” paralelos, e sua diferença reside no real e na ficção. Mundos que apesar de paralelos agem e interagem, de tal modo que muitas vezes é difícil definir os campos do real e o das “representações”. O espetáculo aberto se “abre” para o espetáculo fechado que, por sua vez, o engloba, pois o representa. (LEITE; GUERRA, 2002, p. 44).

No livro, Adriana Leite e Lisete Guerra (2002) discutem o uso do figurino baseados em manifestações socioculturais e afirmação de determinada classe social ou comunidade. As roupas podem distinguir ricos de pobres apenas pela diferença do tecido usado entre eles. “A moda busca o novo, a superação do antigo e traz em si dinâmicas velozes que a caracterizam como o reino do efêmero.” (LEITE; GUERRA, 2002, p. 33).

Para as autoras, as tendências têm o objetivo de romper com modelo fixo comum, com o traje padrão. A moda chega para simbolizar a transformação, o progresso e o movimento ao longo dos anos. E a sociedade, segundo Adriana Leite e Lisete Guerra (2002) é caracterizada por um sistema ditado pela moda e veiculado pela mídia.

Na produção das telenovelas, os figurinistas aproveitam a construção dos personagens da trama para lançar tendências tanto no vestuário como na maneira de se comportar e agir, despertando interesses e necessidades de consumo por parte da sociedade. Segundo as autoras, o ambiente ficcional da televisão, especialmente das telenovelas, permite aos figurinistas criarem um universo paralelo que atenda os sonhos e desejos dos telespectadores e, também, garanta um retorno financeiro à indústria da moda. A novela, geralmente, apresenta uma boa audiência e se desenvolve a partir da aceitação do público por determinada personagem ou situação dramática.

Segundo as autoras, a primeira novela da televisão brasileira foi lançada no ano de 1963, na extinta TV Excelsior. A partir de então, a telenovela se concretizou como um gênero popular e de relevante importância sociocultural para o país, já que se tornou um hábito nacional, consumido diariamente por milhões de brasileiro e influenciando costumes e linguagens.

Nas grandiosas produções das telenovelas, o figurino é o principal responsável para definir a caracterização de cada personagem, o qual inclui não apenas vestimentas, mas orientação no estilo do cabelo e na maquiagem utilizados. São realizadas diversas pesquisas para que o conjunto utilizado garanta a construção de um estereótipo que corresponda à vida real.

É ajudando a construir o mundo ficcional que o figurinista se projeta em direção a um universo de certo modo mais amplo – o da realidade vivida com amplitude dos espaços, onde existem os homens de carne e osso, o plano exterior, em que reinam os indivíduos formadores da audiência, exigindo do profissional de figurino sempre mais. (LEITE; GUERRA, 2002, p. 228).

No livro *Marília Carneiro - No camarim das oito*, Carneiro (2003) relata exemplos de figurinos no decorrer da sua carreira profissional que ditaram moda, como na novela *O rebu*, de Bráulio Pedroso, em que a autora¹ fez os cabelos da atriz Bete Mendes muito curtos e grudados na cabeça com gomalina, numa época em que a tendência das mulheres era de usar cabelos muito longos. O corte virou moda.

Carneiro (2003) cita *Dancin Days*, do autor Gilberto Braga, como o melhor exemplo de novela que criou estilo, principalmente para as freqüentadoras de discotecas da época, através da personagem Júlia Matos, interpretada por Sônia Braga, que usava meias de lurex listradas, maquiagem *glitter* e um *jogging*² vermelho. Através desse personagem, houve uma identificação grande das *socialites* da época com a obra, o que acarretou em um novo grupo de telespectadores para as novelas brasileiras.

Na novela *Brilhante*, a atriz Vera Fischer teve seu cabelo cortado, o que não resultou em algo positivo para Carneiro (2003) e para disfarçar o que poderia ser um desastre, a autora colocou um lençinho no pescoço da atriz que virou uma grande mania entre as brasileiras. Há os laçarotes de Maria do Carmo, interpretada por Regina Duarte na novela *Rainha da Sucata*, entre outros exemplos, que agradaram ao público feminino.

Para a sua experiência de figurinos que ditaram moda, Carneiro (2003) diz que:

É neste capítulo da minha novela pessoal que a história começa a ficar mais interessante. Quando vi que eu tinha o poder de criar estilos e maneirismos, me senti uma verdadeira deusa da moda. A ficha caiu logo depois, é claro, quando engoli a seco a sensação de onipotência. Se existe um nome influente no meu mercado de trabalho, sem dúvida esse nome é TV Globo. Mas mesmo assim – talvez mais ainda depois desta tomada de consciência –

¹ A autora do livro é figurinista da TV GLOBO.

² Calça esportiva, para prática de esportes.

passsei a curtir muito a brincadeira de tentar, sempre, adivinhar o que vai pegar na próxima estação. Como não tenho bola de cristal, uso a minha experiência profissional e um bocado de intuição. O que consome, aliás, um tempo razoável e boas horas de sono. E é uma delícia. (CARNEIRO, 2003, p.39).

Segundo essa consagrada figurinista de televisão, o figurino às vezes dita moda, mas não se sabe muito bem as razões. Para a autora, por ele trabalhar essencialmente com emoções, tem o poder mágico de transformar as pessoas, com a liberdade de não precisar se comprometer com o novo, já que não se restringe a novelas urbanas e contemporâneas, diferente da moda, já que nesta o presente é feito de futuro.

Para Leite e Guerra (2002), a responsabilidade de se consolidar a moda por meio de novela é do figurinista e, contudo, esse precisa de uma formação sólida que atenda às exigências dos telespectadores e do desenrolar da trama. É um profissional que necessita utilizar a participação da indústria da moda com intuito de garantir a criatividade nas telenovelas, não restringindo apenas à tipificação de trajes que simbolizem camadas sociais. Portanto, o figurino precisa interagir com o enredo das novelas com as realidades das ruas a partir de uma construção rica e original.

2.2 Função narrativa do figurino e seu processo de elaboração

No livro *Figurino uma experiência na televisão*, Adriana Leite e Lissete Guerra (2002) constataam que o figurino representa um forte componente na construção dos personagens. Ele não somente veste os artistas, como é também um elemento comunicador da história. Através do figurino, a roupa ultrapassa o sentido de cobrir os corpos, obtendo um estatuto de objeto animado. Ele vive a história no corpo do ator, ganha a necessária mobilidade, marca a época dos eventos, o status, a profissão, a idade do personagem, sua personalidade e sua visão de mundo, dando a esse características humanas importantes e contribuindo com a comunicação com o público.

Para as autoras, o bom figurino não é elaborado apenas a partir do bom gosto do profissional. É necessário pensar, no sentido amplo da palavra, a roupa. Atualmente o entende como um elemento plástico e funcional do espetáculo, mas o figurino já sofreu em outros tempos de certo anacronismo e falta de personalidade, devido à proposta do espetáculo.

Para Leite e Guerra (2002), a partir do momento que o figurino tem uma proposta estética e não apenas cumpre um papel funcional, tem-se uma nova visão para o espetáculo. Isso faz com que os profissionais envolvidos desenvolvam um pensamento de projeto para a sua execução e as equipes trabalhem se relacionando, há uma maior interação.

Segundo Leite e Guerra (2002), muitas vezes ao constituir um figurino, a escolha de determinadas peças de roupa, sua composição e o tratamento que é dado a elas indicam um significado já conhecido. Por exemplo, um ator em cena, vestido com calça e blusa de listras brancas e pretas, com um número estampado no peito é rapidamente identificado como um presidiário. Outro exemplo é um homem de calça, quepe azul marinho e blusa listrada branca e azul, que é reconhecido como alguém ligado ao mar. Essa imagem clássica para determinados personagens é o estereótipo. Assim, um dos ofícios do figurinista é fazer uma releitura do estereótipo buscando a originalidade, já que as manifestações artísticas contemporâneas têm como proposta a busca do novo. Porém, quando se trata da cultura massificada que os tempos modernos nos deram, existe a possibilidade de cair na facilidade do estereótipo.

Para o figurino ter vida, as autoras afirmam que primeiramente é necessário enxergar a obra com um distanciamento, verificando novas caracterizações e não apenas reproduzindo o mundo que está à sua volta. É necessário que o figurinista acompanhe atentamente a confecção, desde o modo como as roupas são construídas até suas devidas proporções, não esquecendo o material a ser usado, seu peso, caimento, textura, estampa e cor. Além disso, o figurino deve ser elaborado preocupando-se com a proporção e o peso estético dos elementos em cena, a distância do espectador e o compromisso com a forma tradicional, já que o teatro, o cinema e a televisão, dentre outros, têm normas de estilos precisas e diferentes. Para o teatro, por exemplo, o figurino deve apresentar um excelente acabamento, pois a peça é repetida várias vezes e demanda uma maior durabilidade para roupas e acessórios. Já na televisão, a imagem na tela é formada por linhas e sofre várias interferências, ou seja, determinadas texturas, cores e estampas não resistem à resolução de imagem.

Leite e Guerra (2002), dizem que o figurino pode ser entendido através da localização, ou seja, no tempo e espaço. A trama pode ser atual, desenvolvida com base em um texto que acontece no momento presente. O figurino, nesse caso, estabelece um compromisso com a moda em evidência. Quando a trama é de época, acontece em um momento passado ou futuro, o figurino não estabelece um compromisso com a moda

que está em evidência. A trama pode ser regional, em que o figurino baseia-se em informações referentes a uma região ou a uma cultura específica, podendo ser no passado, presente ou futuro.

No livro *Marília Carneiro - No camarim das oito*, a autora diz que o figurino de um personagem é criado a partir do estudo de um grande requinte de detalhes, como por exemplo, o signo do personagem, a marca do cigarro, o tipo de carro, a bebida preferida e os lugares que ele gosta de freqüentar à noite. Caso o personagem seja suburbano, é importante uma visita ao subúrbio, para ver como as pessoas de lá se vestem. Não se trata de copiar a realidade, já que realismo e realidade não são a mesma coisa. Para a autora, o figurinista deve ficar com o realismo sem esquecer da beleza que a câmera pede na hora de gravar a realidade.

Os detalhes, a beleza e o processo de filmagem da câmera têm uma grande importância na elaboração do figurino. Como exemplo, a autora narra uma experiência quando diz ser impossível iluminar uma pele negra vestida com uma roupa branca. Se o foco de luz vai para a roupa, o rosto da pessoa some. Se a iluminação é feita no rosto, o branco da roupa estoura. A solução é tingir o tecido com chá preto para chegar num branco quebrado, que lembra quase o bege.

Carneiro (2003) ressalta que as pessoas costumam achar que é o próprio ator quem opta por um bronzamento ou por uma determinada tinta no cabelo, ou que não está tratando direito das olheiras, mesmo que seu papel seja de uma pessoa cansada ou doente. Isso acontece, segundo ela, por consequência do uso da própria palavra figurino, que se restringe à roupa. Mas fazer figurino é muito mais do que vestir o corpo, é vestir rosto e cabelo com cuidado. A autora dá como exemplo os dentes pintados de marrom da atriz Sônia Braga em *Dancin Days*, já que uma ex-presidiária fumante não teria razão para ter dentes muito brancos.

Para a autora, o mundo do figurino é o dos bastidores, dos camarins, das coxias. É lá que são feitas as bainhas de última hora ao mesmo tempo em que roteiros precisam ser aprimorados. Ou seja, é bom que se fique atento aos principais acontecimentos e às cenas mais marcantes. Mais do que roupas e produções especiais, estas cenas pedem também interpretação. Quando o figurinista lê no roteiro que a mocinha desmaia na praia, é preciso decidir se ela vai estar de biquíni, short ou saia. Se acontecer na novela um desfile de moda, o figurinista vai decidir pelo estilo que será o sucesso das passarelas. Há uma liberdade de criação, mas uma grande responsabilidade.

Segundo Carneiro (2003), o figurino de minissérie costumava ser um presente para os profissionais da área, isso porque os temas eram sempre muito interessantes e a censura quase não existia, além do tempo maior de pesquisa que a novela não proporcionava. Atualmente, mesmo sendo obras com início, meio e fim, o que teoricamente permitiria que o figurinista se organizasse melhor, as minisséries estão com o mesmo esquema acelerado das novelas. Na visão da autora elas se tornaram mininovelas, com a diferença que não dá para o figurinista comprar às 9 horas da noite uma roupa de época em um shopping, caso a gravação imponha uma demanda de última hora.

Para a autora, as condições de montar o figurino de uma minissérie mudaram. Carneiro (2003) exemplifica com seu trabalho em *Tenda dos milagres*. A minissérie foi integralmente passada na Bahia, em duas cidades chamadas Cachoeira e São Félix. O esquema de trabalho era muito parecido com o do cinema, por causa da viagem e da locação, e nesse caso a equipe ficou hospedada por quatro meses. Atualmente a equipe começa fazendo todas as externas na locação e volta rapidamente para os estúdios, seguindo a partir daí o mesmo sistema de gravação das novelas.

Para a elaboração do figurino, houve uma perda nesse sistema, porque segundo Carneiro (2003) nas viagens há um aprofundamento maior dos figurinistas, mais afinidade com o local e por consequência um trabalho mais intenso. Como as minisséries lidam geralmente com folclore ou época, havia um exercício mental maior que tirava a ferrugem do processo criativo. Lembrava ainda que o figurino não é baseado em sacolas de compras, como relata a autora:

Em *Lampião e Maria Bonita*, por exemplo, foi um assombro ver, em Alagoas, os embornais bordados à mão. Fiquei tão pasma, que pegava as peças das vitrines e as desmontava, para ver o avesso. É incrível pensar que existia um talento de figurino de tão alto nível naquele bando. O movimento hippie é muito pouco perto do que aquelas pessoas faziam. Não foi à toa que Zuzu Angel fez uma coleção inteira inspirada no bando de Lampião. Dadá, a costureira do grupo, mandava os escravos carregarem a máquina Singer pelo deserto. Maria Bonita, quando saqueava alguma loja, enfeitada da cabeça aos pés, se preocupava em embolsar todos os anéis que encontrava pelo caminho. E como eles tinham muito tempo livre e também muito lazer, os bordados eram ao mesmo tempo uma ocupação e uma vaidade. No final, criaram um estilo arrebatador. (CARNEIRO, 2003, p. 123).

Carneiro (2003), afirma que um bom figurino de minissérie também pode ser baseado na nossa própria vida. Para compor o guarda roupa de *Anos Rebeldes*, a figurinista lembrou de sua própria adolescência e do encantamento que viveu nessa

época. Uma das blusas da personagem burguesa Heloisa, vivida por Cláudia Abreu, era da autora. A franja implantada em Malu Mader era uma forte recordação da figurinista do desejo das jovens da época de as terem. Apesar do autor Gilberto Braga e da atriz não terem gostado, a franja permaneceu.

Um bom figurino de época, com roupas muito antigas, segundo Carneiro (2003), é elaborado a partir de muito trabalho e pesquisa. Deve-se saber que recursos de maquiagem existiam, como eram arrumados os penteados e como as mulheres conseguiam aquelas silhuetas:

É preciso ter jogo de cintura para lidar com espartilhos e afins. Quando o trabalho entra no setor de emergência, o risco de errar é maior do que no figurino atual. Isso sem contar problemas como os desmaios das atrizes, que são muito comuns. Vestido de época geralmente é assim: quanto menos a pobre da atriz conseguir respirar, mais bonita e autêntica ela vai parecer. Além disso, quando é preciso alugar roupas fora do Brasil, algumas peças não podem ser lavadas sob pena de simplesmente virarem pó. Estas costumam ter, portanto, um cheirinho nada agradável. Algo parecido com o acúmulo de dezenas de anos de suor. Nestas horas, confesso, fico muito feliz de não ser atriz. (CARNEIRO, 2003, p. 135).

A autora diz que quando o figurino de época não é muito antigo, há maiores possibilidades de improvisar e de trabalhar com um orçamento baixo. Carneiro (2003) relata que às vezes aparecem algumas “gincanas”, como quando o diretor pede peças muito específicas e o figurinista deve saber do que se trata. Um exemplo disso foi pedido do diretor Daniel Filho. Em um trabalho, ele queria uma saia que quando a atriz cruzasse as pernas fizesse um barulho bem sensual, como um “tchi tchi”. Mais tarde a autora descobriu que se tratava de uma saia de tafetá. Ou mesmo no caso de um vestido, em que a atriz pudesse soltar uma alça qualquer e fazer com que esse caísse de uma vez só no chão, sem escalas na cintura, para a cena ficar sensual.

Para Carneiro (2003), trabalhar com figurinos requer muita pesquisa, criatividade, intuição, habilidades com espaços de tempo, improvisos, perdas, pouco investimento e muita dedicação. Para ela, a diversão é o maior retorno da carreira.

2.3 O trabalho do figurinista

Em *Figurino uma experiência na televisão*, Adriana Leite e Lissete Guerra (2002) relatam que o figurinista é quem determina os comandos a seus auxiliares para o

desenvolvimento correto dos trabalhos necessários para se formar um figurino. Para um bom desempenho dos figurinistas e figurinistas-assistentes, é fundamental que eles tenham habilidades em diversos setores, considerando quatro aspectos fundamentais: artístico, técnico, administrativo e comportamental.

Leite e Guerra (2002) afirmam que os aspectos artísticos dizem respeito à capacidade do profissional em participar do processo de conceituação do personagem ajudando a dar forma, por meio do traje. É o conhecimento na utilização dos aspectos plásticos: forma, volume, cor e textura e a capacitação para compor as peças do guarda roupa de cada personagem, além do figurino dentro de cena. Os conceitos técnicos referem-se a um bom conhecimento de moda e indumentária, noções adequadas sobre modelagem, comportamento dos materiais e capacitação para supervisão do processo de confecção da roupa, além de ser necessária uma capacidade para gerenciar o processo de aquisição de materiais. É importante também o acompanhamento atento nas gravações, tendo agilidade em não deixar faltar nada para a direção e o elenco durante essas.

Em relação ao setor administrativo, para as autoras, é importante ter desenvoltura, conhecimento da estrutura de funcionamento de uma produtora para facilitar o trabalho, superando as dificuldades burocráticas e agilizando o processo produtivo e o planejamento para a realização das tarefas. O aspecto comportamental se relaciona com a boa atuação com os outros profissionais, estabelecendo um clima de confiança, interdependência, interação o que resultará em um clima de cooperação e comprometimento com os objetivos comuns. Além disso, saber transmitir os pensamentos e as idéias com clareza, ter iniciativas para apresentar soluções, capacidade de se antecipar as situações novas e resistir à pressão.

Leite e Guerra (2002) dizem que os figurinistas-assistentes colaboram com o figurinista na elaboração do projeto de figurino, na sua realização, no acompanhamento do *set* de gravações e em todas as providências a serem tomadas no seu desenvolvimento. É principalmente na sala do figurinista, no local do guarda roupa, nos camarins e nas salas de maquiagem e cabelo, que os profissionais desenvolvem seu trabalho de criação. No guarda roupa, onde se armazena o produto principal do figurino, como as roupas, acessórios e os adereços, também é onde trabalham os alfaiates e as costureiras, além dos camareiros.

Segundo Leite e Guerra (2002), as roupas e os acessórios são guardados de forma que haja uma visão de todas as peças e dos materiais. Cada personagem da trama

tem um espaço determinado para guardar suas roupas e acessórios e estes são etiquetados com o nome dos atores que as usam. Há também uma preocupação de reservar um espaço para as roupas que serão utilizadas pelo elenco de apoio e de figuração da obra.

As atividades do figurinista e de seus assistentes fora dos estúdios, de acordo com Leite e Guerra (2002), não se restringem às gravações externas. É preciso estar na rua também para pesquisar referências estéticas, comprar materiais, consultar fornecedores, buscar originalidade e o diferente para adaptar e melhorar o figurino em relação às exigências de cada obra trabalhada. Para esse trabalho realizado fora dos estúdios, os figurinistas chamam de produção de rua.

Segundo as autoras, mesmo depois da aprovação da sinopse, o figurinista ainda não tem sua equipe inteiramente formada. Às vezes é necessário trabalhar sozinho ou com algum assistente. Isso ocorre no princípio, quando a pesquisa acontece de uma forma muito particular. Cada profissional tem um método próprio para desenvolver o processo criativo relacionado à pesquisa do figurino. A forma como se dará o andamento depende do estilo (humorístico, musical, dramático ou jornalístico) e pela localização do texto (urbano e regional, quando relacionado à questão espacial, ou atual e de época, quando relativo à questão temporal). As possibilidades para se criar o figurino são inúmeras: alguns buscam referências em filmes, pesquisam em centros de informações, bibliotecas; sendo a obra atual, observam as pessoas em seus ambientes naturais, quando estes são referências para o personagem na trama. Outros profissionais apóiam-se principalmente em materiais de moda, podendo contratar assessorias especializadas, como as produtoras de moda, ou se for uma trama de época, pesquisadores de história com enfoque no vestuário.

Apesar da criação se constituir em algo particular e pessoal, para Leite e Guerra (2002), o figurinista deve seguir alguns parâmetros predeterminados e são três os fatores que devem ser considerados: físico, social e psicológico. O fator físico está relacionado à idade, peso, altura, cor do cabelo e da pele, entre outros. O social é a classe social, religião, origens, trabalho que realiza, nível cultural. Já o psicológico são as ambições, anseios, frustrações, sexualidade, perturbações, sensibilidade e percepções.

Segundo as figurinistas, quando se iniciam as gravações, as roupas começam a ser utilizadas. Isso define uma nova etapa para o figurino, porque a função do figurinista não se restringe apenas a fazer e disponibilizar as roupas. Esse deve acompanhar o uso do figurino, ou seja, ele veste os atores adequadamente, com a ajuda dos camareiros e

acompanha as gravações atento aos detalhes que finalizam a caracterização do personagem como golas, lenços e cabelos. Assim, até o último dia de gravação da obra, para enfim ter seu trabalho finalizado.

Para Leite e Guerra (2002), os profissionais que trabalham com figurino devem estar capacitados para atender aos anseios de um grande público e às constantes mudanças das novelas, para tal:

Inicialmente, a formação deve ter um suporte acadêmico especializado como fundamento de seus conhecimentos. Desse aprendizado não se exclui o autodidatismo e a experiência empírica direta no contato com o processo da viabilização das roupas. Em um profissional dotado e devidamente qualificado o que não deve faltar é a sensibilidade, aliada à intuição. Por conseguinte destaca-se sempre, na idealização e concretização do figurino, o ponto de interseção entre a formação, a sensibilidade e a intuição. O verdadeiro figurinista deve ser capaz de conjugar o saber *intuitivo* com o *acadêmico* ao planejar e executar um projeto. (LEITE e GUERRA, 2002, p. 226).

Para as figurinistas Leite e Guerra (2002), quando se define o personagem a roupa fala com sua própria linguagem e é o figurinista quem interpreta sua voz.

3 FIGURINO NA OBRA DE GILBERTO BRAGA

O presente trabalho de monografia pretende mostrar como a moda, representada através dos figurinos, retrata o estilo e a cultura de uma época, tomando como objeto de análise os figurinos de duas obras televisivas do autor Gilberto Braga. Analisamos como a mídia nos transporta para a cultura, vivência ou realidade de uma época passada, através dos figurinos da minissérie *Anos Rebeldes* (1992), e como a mídia determina a moda da atualidade, através da telenovela *Paraíso Tropical* (2007). É importante ressaltar que as obras são do autor Gilberto Braga, que só serão estudados figurinos femininos e, para cada obra, foram analisadas duas personagens.

3.1 Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento da monografia, foi baseada na pesquisa empírica e na leitura e análise de imagem. A leitura e análise de imagem pode ser definida como um conjunto de técnicas utilizadas para se compreender as mensagens visuais, geralmente inseridas em meios de comunicação de massa, como produtos comunicacionais. Portanto, a partir da fundamentação teórica, verificou-se a funcionalidade narrativa do figurino e sua capacidade de comunicar uma mensagem, e o figurino como gerador de moda.

Pretendeu analisar imagens e/ou fotografias de duas obras de ficção televisivas, partindo do princípio de que o figurino retrata a tendência do vestir e a cultura de moda de determinada época. Para a comprovação da força da mídia na moda da atualidade, foram utilizadas revistas que mostram o dia-a-dia de celebridades e pessoas comuns; para tal, o meio midiático utilizado foi a revista *Caras*.

O papel da revista foi de análise da imagem comparando o figurino utilizado para personagens pré-estabelecidas, e as roupas que as pessoas estavam usando no seu dia-a-dia e foram reproduzidas nessa mídia, buscando semelhanças entre essas. Assim houve a constatação da força da mídia em ditar moda na sociedade atual através de suas telenovelas. Para que houvesse essa comparação, foram utilizados também capítulos das

novelas gravados e fotografias, via internet, das personagens caracterizadas com seus figurinos.

A leitura e análise de imagem também foi aplicada ao DVD da minissérie, que teve seus figurinos estudados e analisados, a partir de um estudo prévio sobre a história da moda, para a análise do figurino como um transporte a uma cultura, história e vivência de uma determinada época no passado. Assim verificou-se a funcionalidade narrativa do figurino.

3.2 Um breve histórico do autor Gilberto Braga

O autor responsável pelas duas obras que serão analisadas é Gilberto Tumschitz Braga, nascido no Estado do Rio de Janeiro, em 1º de novembro de 1946. Antes de iniciar sua carreira na televisão, escreveu como crítico de teatro e cinema no jornal *O Globo*. O ano de 1973 foi sua estréia na televisão, sendo responsável por dois casos especiais e em 1974 atuou pela primeira vez como novelista, dividindo a autoria de *Corrida do Ouro* com Lauro César Muniz.

Gilberto Braga foi o primeiro autor brasileiro formado exclusivamente para a televisão. As adaptações de obras clássicas literárias para a televisão como *Helena*, de Machado de Assis, e *Senhora*, de José de Alencar, são destaques em sua carreira. Mas seu maior sucesso foi com a obra *Escrava Isaura* (1976), baseada no romance de Bernardo Guimarães, que obteve uma grande audiência e se diferencia por ser a novela mais vendida do Brasil. A partir de então, vários trabalhos do autor foram televisionados com bastante êxito.

Há uma linha de trabalho flexível, pois não se encontra em todas as tramas, porém que obtém sucesso quando utilizada, quando Braga explora o mistério nas obras. Um grande exemplo disso, foi quando esse entreteu vários telespectadores com o mistério em torno de quem haveria matado Odete Roitman (Beatriz Segall), personagem da novela *Vale Tudo* (1988). Outro trabalho envolvendo uma morte, usado anteriormente, foi em *Água Viva* (1980), com o bordão “quem matou Miguel Fragonard?” (Raul Cortez) e se repetiu na telenovela *Celebridade* (2003), que perguntava quem matou Lineu Vasconcelos (Hugo Carvana). Seu último mistério foi

na novela *Paraíso Tropical* (2007), com o mistério de quem matou Taís Grimaldi? (Alessandra Negrini).

Até o momento, Gilberto Braga é responsável pela elaboração de dezessete telenovelas e quatro minisséries no total de sua carreira.

3.3 Análise

3.3.1 Obras de Gilberto Braga e cultura de massa

A minissérie *Anos Rebeldes* (1992), de Gilberto Braga, foi inspirada nos livros *1968 - O ano que não acabou*, de Zuenir Ventura (1988) e *Os carbonários*, de Alfredo Sirkis (1980), foi exibida pela Rede Globo entre 14 de julho e 14 de agosto de 1992, às 22h30 e seu tema de abertura era a canção *Alegria Alegria*, de Caetano Veloso. Os critérios para se produzir tal obra estão relacionados à importância dos conteúdos históricos apresentados e à expectativa de repetição do sucesso dos livros, que foram *best sellers* e ganharam prêmios importantes, o que enfatiza a fórmula onde um livro de sucesso geralmente torna-se uma série ou um filme a partir dos conglomerados midiáticos, que faz com que cada produção funcione como publicidade para a outra, como explica Lipovetsky (1989). O fato de a obra ter sido reprisada duas vezes, a primeira na data de 07 a 31/03/1995 e a segunda de 17 a 24/01/2005 se relaciona ao alto índice de consumidores da sua primeira versão e, conseqüentemente, aos interesses que esse número de telespectadores gera na empresa Rede Globo. Esses fatores se relacionam à idéia de que toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo como explica Morin (1997).

A história se desenrola no Rio de Janeiro e a trama se dá entre os anos de 1964, quando ocorre o golpe militar, até 1979, ano do retorno dos exilados ao Brasil. É dividida em três momentos, que se inicia com os *Anos Inocentes*, época em que os personagens estão entretidos com as turmas de amigos e os namoros no colégio. Acontece no início do golpe, em que o envolvimento político desses personagens não era muito profundo. O segundo momento são os *Anos Rebeldes*, quando começam as prisões e torturas no Brasil, momento que a causa política interfere profundamente na

vida de alguns personagens. E o último são os *Anos de Chumbo*, quando os reflexos do AI-5 são de uma enorme opressão ditatorial, e alguns dos personagens, indignados e envolvidos na causa política, decidem cair na clandestinidade e participar da luta armada.

Há momentos de fortes acontecimentos na obra, que são reflexos de uma política repressora existente no país representada pelo cotidiano dos personagens, pelo contexto histórico reproduzido e pelo figurino utilizado. Além disso, usam-se vinhetas documentais, que misturam filmagens feitas na época com cenas de ficção, produzidas em preto e branco. Essa contextualização de uma geração da década de 1960, mostrando a luta por uma política mais ética e justa, transmitida através da minissérie no ano de 1992, influenciou um novo movimento de jovens que não quiseram se omitir diante da política da sua década e as lideranças estudantis viram uma oportunidade para reativar as passeatas. Assim, jovens foram para as ruas exigindo o impeachment do então presidente da república Fernando Collor de Mello que teria realizado medidas que causaram muita polêmica e insatisfação. Entre elas, estava o confisco dos depósitos de poupança dos trabalhadores brasileiros e o fim da Embrafilme, empresa que promovia investimentos para o cinema nacional. Collor foi o primeiro presidente eleito pelo voto direto após os anos de ditadura que são mostrados na obra, e foi deposto em 02/10/1992, um mês e meio ao final da transmissão da minissérie. Além disso, os estudantes que não aceitaram o rótulo de alienados e, inspirados no idealismo do personagem João Alfredo (Cássio Gabus Mendes), pintaram a cara e protestaram nas ruas, utilizaram gestos de rebeldia e as músicas, como *Alegria Alegria*, usados em *Anos Rebeldes* (1992) como relata o jornal *Folha de São Paulo*³ que data 16/08/1992.

As influências que a minissérie exerceu sobre os jovens estudantes, que ficaram conhecidos como os *caras-pintadas*, foi reconhecida na época e ainda há discursos sobre essa vinculação. Isso nos remete aos fortes domínios da mídia, que socializa e exerce uma influência diária no cotidiano dos seus consumidores, seja no modo de vestir, pensar ou comportar, como explica Lipovetsky (1989).

As personagens que tiveram seus figurinos analisados são duas. Maria Lúcia (representada por Malu Mader), protagonista, não é uma tradicional mocinha, isso se explica, principalmente, analisando o seu final que não teve o providencial *happy end*, fórmula usada normalmente na busca do sucesso e da concretização do desejo do

³ <http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=18721&PageNo=7>

público de que tudo dá certo no final, mesmo que a trajetória seja difícil, como sugere Morin (1997). Maria Lúcia, ao contrário do que se espera da namorada do mocinho, se revela uma garota individualista. Seu pai é um jornalista respeitado, que participa do partido comunista e valoriza seus ideais. Ao conhecê-lo no colégio, apaixonou-se por João Alfredo (representado por Cássio Gabus Mendes), protagonista e um tradicional herói. Essa classificação se dá, à partir da análise dos conceitos que Morin (1997) propõe como fórmula utilizada para o perfil de personagens como o de João, já que esse tem uma personalidade de bom moço, correto e justo, ao qual o telespectador busca se espelhar. Porém, Maria Lúcia percebe semelhanças do amado com seu pai e tem medo de desenvolver uma relação amorosa com ele. A personagem tem um final solitário.

Heloísa (representada por Cláudia Abreu) é uma garota alegre, bonita e nada convencional, filha de um poderoso banqueiro. A personagem passa por uma grande e definitiva mudança na sua vida, ao abandonar os privilégios na casa dos pais e entrar para a luta armada. Seu final é trágico, pois morre com tiros de metralhadora de um policial ao tentar fugir do país com seus companheiros de revolução.

Nos momentos em que a minissérie se divide, são explorados figurinos diferentes para as personagens, tentando transmitir, como explica Carneiro (2003), uma determinada época e momento histórico para o público. Essas retratam bem a moda das décadas de 1960 e 1970, quando surgem movimentos e mudanças importantes na história do país, como o feminismo e a necessidade das mulheres trabalharem cada vez mais fora de casa, o movimento *hippie*, a luta contra a ditadura, as divas na televisão, que agora seria colorida e não mais em preto e branco. As transformações recorrentes ao cotidiano das pessoas, o avanço de novas tecnologias e as mudanças nas perspectivas de visão social, interferem diretamente nos estilos de roupas das mulheres ao longo dos anos, como exemplifica Michael Tambini (1999). *Anos Rebeldes* (1992) também mostra a moda praia da década de 1960, com seus maiôs bem comportados e o início do uso do maiô de duas peças na década de 1970, o biquíni.

A telenovela *Paraíso Tropical* (2007), de Gilberto Braga, foi exibida pela Rede Globo entre 5 de março e 28 de setembro de 2007, teve 179 capítulos no horário nobre, às 21 horas, e seu tema de abertura era a canção *Sábado em Copacabana*, interpretado por Maria Bethânia. Trata-se de uma obra contemporânea, que abordou vários temas polêmicos como traições, brigas pelo poder e exploração sexual de garotas e, para tal, utilizou de atores popularmente conhecidos. Esse conjunto influenciou para um aumento nos índices de audiência, que no princípio não foi bem aceita. Além disso, os

recursos de marketing e a exploração dos personagens mais adorados pelo público consumidor, utilizando de outros meios midiáticos, principalmente revistas de entretenimento, fez com que a novela obtivesse maior repercussão e telespectadores. Os retornos dessas operações multimídias foram vários prêmios nacionais e internacionais para a obra, importantes para o gênero, quando essa finalizou.

O tema central é a história de duas irmãs gêmeas, que foram separadas no passado e se reecontram desenrolando vários acontecimentos. Paula Viana (representada pela atriz Alessandra Negrine), uma das gêmeas, é bonita, generosa e sorridente. Por ser muito ética, não concorda com a profissão de sua mãe, mas não deixa de respeitá-la. É filha da cafetina Amélia (representada por Suzana Vieira), que comanda um bordel no Estado da Bahia, onde trabalham várias meninas, como Bebel (representada por Camila Pitanga). Uma vilã com caráter duvidoso, mas sempre muito sensual e bem humorada, Bebel ficou conhecida por ter muita "catigoria" e seu personagem ganhou uma grande dimensão no decorrer da história, isso se deve, também, por suas gírias e comportamentos extravagantes que geraram grande interação com o público. Assim, a atriz enquanto interpreta, conquista o telespectador exatamente pela personalidade que consegue transmitir na tela. Até as vésperas da morte de Amélia, Paula acreditava ser sua filha, porém descobre ter outra filiação e parte para o Rio de Janeiro em busca de suas raízes. Taís Grimaldi (representada por Alessandra Negrini), a outra irmã gêmea, é ambiciosa, arrogante e muito atraente. Vive pedindo notas com seu nome em colunas sociais e aplicando golpes na alta sociedade. Foi criada pelo avô, a quem trata muito mal. Foi ela a principal vilã contra a própria irmã.

No núcleo rico está Antenor Cavalcanti (representado por Tony Ramos), um empresário poderoso, frio, que trai a esposa, filho de um ex-presidiário trambiqueiro, Belisário Cavalcanti (representado por Hugo Carvana), de quem quer distância. Só foi fiel a uma mulher, Lúcia (representada por Glória Pires). Vê no filho de seu caseiro, o jovem Daniel Bastos (representado por Fábio Assunção), o possível herdeiro de suas empresas, já que acredita ter perdido seu único filho. Mas o vilão inescrupuloso Olavo Novaes (representado por Wagner Moura) resolve lutar pelo posto de herdeiro do patrão e tio, Antenor Cavalcanti, sem medir esforços para tal. Seu principal obstáculo está em Daniel, por quem possui um grande sentimento de inveja. Numa viagem à Bahia, Daniel conhece e se apaixona por Paula Viana. Mas Olavo tentará separar o casal durante a trama inteira e para que seus golpes deem certo ele terá a ajuda de sua mãe Marion Novaes (representada por Vera Holtz) e seu suposto irmão Ivan (representado por Bruno

Gagliasso), que descobrirá tarde ser o legítimo herdeiro de Antenor. O Edifício Copamar é o núcleo cômico da trama e é lá que mora a família de Heitor Schneider (representado por Daniel Dantas), Dinorá (representada por Isabela Garcia) e Virgínia (representada por Yoná Magalhães). Além dessa, outras famílias representam o Copamar e a história se desenrola, em grande parte, no bairro de Copacabana.

Trata-se de uma trama com fórmula usual, com seus mocinhos e vilões e o tradicional *happy end* entre os personagens mais queridos do público.

As personagens que terão seus figurinos analisados para a pesquisa são: Bebel, ambiciosa e espontânea. Sai de um bordel na Bahia, para se tornar amante do cafetão Jáder (representado por Chico Diaz) e trabalhar para ele no calçadão de Copacabana. No decorrer da trama se apaixonará por Olavo e será sua grande parceira. Taís Grimaldi é a principal vilã da história e seu assassinato é o grande mistério.

O figurino, como a obra, é bem contemporâneo, o que reflete a pré-disposição de torná-lo usual no cotidiano dos telespectadores, de acordo com Leite e Guerra (2002). No decorrer de *Paraíso Tropical* (2007), acontecem mudanças como alguns personagens que obtêm maior destaque, outros mudam sua condição financeira, há os que mudam de caráter e todas essas transformações atuaram diretamente em suas vestimentas que foram modificadas no decorrer da trama, como explica Leite e Guerra (2002). A trama se desenrola inicialmente na Bahia e no Rio de Janeiro, mas depois fica praticamente no bairro de Copacabana onde moram personagens de todas as classes sociais. Então, há uma moda praia, com figurino de roupas bem leves. Porém, há uma diversidade de núcleos, que generaliza e explora bastante os tipos de vestimentas utilizados para a obra.

3.3.2 O figurino na minissérie *Anos Rebeldes*

Um figurino rico em detalhes e bem trabalhado é muito importante. A figurinista responsável pela minissérie *Anos Rebeldes* (1992) foi Marília Carneiro (2003), que afirma que o figurino de um personagem é criado a partir do estudo de um grande requinte de detalhes como, por exemplo, o signo do personagem, a marca do cigarro, o tipo de carro, a bebida preferida e os lugares que ele gosta de frequentar à noite.

A minissérie *Anos Rebeldes* (1992) tem sua primeira fase denominada de *Anos Inocentes*. As esposas estão mais em casa, e as jovens preocupam-se em encontrar seu primeiro amor e se formar no colégio. No início, são mostrados os figurinos da época de escola que retrata os uniformes típicos da década de 1960, quando era usual tecidos de linho e algodão. O uniforme representado foi do colégio carioca Pedro II, que era branco e azul marinho. As moças vestiam saias compridas até os joelhos e blusas fechadas com botões até o pescoço, o que simbolizava a mentalidade conservadora da época. Além de sapatos pretos e meias soquetes brancas. Houve um trabalho bem minucioso em busca das semelhanças com a realidade, com o objetivo de alcançar maior identificação do público com uma geração através de suas vestimentas, de acordo com Carneiro (2003).

No ano de 1964, é mostrado na minissérie que as jovens costumavam utilizar cabelos mais compridos e soltos. Faziam uso de franjas como charme, podendo utilizar acessórios como tiaras ou faixas na cabeça. Às vezes o cabelo era preso, mas só parcialmente para mudar o visual. Já as mulheres mais velhas tinham cabelos mais curtos ou presos quando compridos, com algum penteado, que podiam ser coques ou apenas a parte de cima presa para trás mantendo o resto do cabelo solto. Penteados mais elaborados, que prendiam totalmente os cabelos com um movimento para cima, também eram muito utilizados na época para as mais velhas e ou jovens casadas. Além disso, havia o uso de laquê para as mais sofisticadas, que mantinham um penteado mais moderno e de acordo com a tendência de moda e do corte *chanel*, que utilizava os cabelos lisos e curtos com caimento na altura da orelha.

No dia-a-dia, as saias, tanto para jovens quanto para as mulheres mais velhas ou casadas, eram usadas até os joelhos. Começou a moda da calça capri, que ficavam acima do tornozelo e rente ao corpo para as mais jovens. As blusas mostradas na minissérie eram normalmente de algodão ou linho, lisas e estampadas, utilizadas para dentro das saias ou calças quando mais clássicas e soltas, ou na altura da cintura e mais justas. Também se fez uso de blusas de crochê bem femininas e delicadas para as jovens, que pareciam ser feitas pelas avós. Terninhos com botões grandes e redondos para as mulheres de classe alta eram utilizados com vestidos, além de sobretudos sofisticados e com cores marcantes, como o vermelho ou detalhes dourados com brilho, acompanhados por uma bolsa bem vistosa e elegante.

Mas em *Anos Rebeldes* (1992), o recurso de roupa feminina mais utilizada para apresentar a década de 1960 foram os vestidos, para as jovens ou mulheres mais velhas

e de diferentes classes sociais. Esses eram coloridos, mais rentes ao corpo, com comprimento até os joelhos, com várias estampas e tecidos diferentes, podendo ter ou não botões de diversos tamanhos. Os tecidos variavam com a classe social, como explicam Leite e Guerra (2002), podendo ser de algodão ou poliéster para a classe mais baixa e seda ou linho puro para a mais alta. As mulheres mais conservadoras normalmente usavam vestidos estampados com no máximo duas cores, uma gola em formato “V” e um comprimento padrão até os joelhos e com mangas. As mais jovens e casadas modernas utilizavam o mesmo comprimento, mas seus vestidos eram mais coloridos e claros, com diversos cortes no colo, como o “V”, corte reto, oval ou gola-rolê e uma cintura demarcada com cintos. Para essas, os vestidos poderiam ter mangas, alcinhas ou serem “tomara-que-caia”. Quanto maior a classe social, mais brilho e detalhes havia nos vestidos. Nessa fase inicial da minissérie também foram mostrados os vestidos de baile, que eram para as jovens da época com muitos babados e laços grandes, além de cores claras como branco, rosa e azul bebê. Já para as senhoras conservadoras eram utilizadas cores mais escuras e poucos adereços; as mais modernas usavam tons mais neutros, porém com detalhes brilhantes e com paetês ou pedras e jóias com mais destaque.

Os sapatos retratados pela minissérie, no início, eram em geral com saltos baixos e grossos. E ainda sem salto nenhum para as mais jovens, com cores neutras como branco, preto ou bege. O que não parece ser muito semelhante à época referente, já que foram tendências as botas de cano alto e coloridas, feitas com diversos materiais, como exemplifica Michael Tambini (1999).

A moda praia da década de 1960 no Rio de Janeiro foi retratada, com seus maiôs grandes cobrindo toda a extensão entre a coxa e o quadril, nada de cavas, com alças grossas de forte sustentação para os seios, podendo ser de frente única ou simplesmente reta. Havia diversidades de estampas e cores. As saídas de praia eram utilizadas até os joelhos no caminho de casa até a praia, e de modelos e tecidos diversos. Os acessórios mais comuns eram os óculos escuros bem quadrados, chapéus de palha com abas longas e algum detalhe, como um lenço amarrado neste, além das bolsas de palha bem grandes e chinelos de dedo.

A maquiagem era bem leve para as jovens, quase inexistente como um simples lápis preto e um batom claro. As senhoras mais conservadoras também utilizavam esse estilo; já as mulheres mais modernas usavam uma sombra mais forte, delineadores, lápis

preto e cílios postiços, além de batons mais coloridos e *blush*, como sugere Michael Tambini (1999) para a década.

As jóias eram mais discretas nesse período, foi muito recorrido o uso de pérolas e relógios com pulseiras finas ou delicadas na minissérie, para mulheres de todas as idades e classes sociais.

A segunda fase da obra são os *Anos Rebeldes*. Nessa, o figurino, como reflexo da moda da época, se transforma junto com as mudanças decorrentes na história que influenciaram as vestimentas das pessoas, como contextualiza Tambini (1999). Era um momento histórico em que as mulheres marchavam nas ruas para terem seus direitos garantidos no trabalho e na família, os destroços da guerra no Vietnã eram televisionados, o movimento hippie e os festivais de música surgiram. No Brasil, havia os protestos nas ruas contra o sistema de ditadura imposto, congressos de jovens da UNE e a oposição forte dos jornalistas contra a repressão dentro dos jornais. Assim também acontecem mudanças na vida das personagens, que amadureceram, casaram-se e começaram a freqüentar outros ambientes típicos da época, como as boates e casas de samba.

Nessa segunda fase, os ideais são os principais divisores da moda entre as personagens. O uso dos vestidos e das saias continua reforçado entre as mulheres que mantêm uma vida mais convencional e seus estilos de corte não sofrem transformações na minissérie, porém suas estampas estão mais florais e coloridas e o comprimento já não é mais o mesmo. Surge a mini-saia e a minissérie a retrata como um símbolo de ousadia, o que realmente representou para a época, pois foi uma grande transformação de hábito, como identifica Pollini (2007). Portanto, os comprimentos dos vestidos e das saias diminuem em *Anos Rebeldes* (1992), pois esta é verossímil ao estilo da época, mas a maioria das personagens não adere às roupas curtas, o que resulta numa diversificação. A moda das boates é sensual e se destaca pelos vestidos curtos e com muito brilho, utilizadas por algumas personagens, além dos *top* e mini-blusa, que mostram o umbigo antes escondido e são utilizadas com calças de tecido mais nobre, como o linho.

Já as personagens que entram na revolução contra o sistema político aderem às blusas largas e soltas ao corpo e muitas calças. Essas surgem na obra com um modelo mais largo e clássico, porém as capri e rentes ao corpo ainda são muito utilizadas e ambas podem ser lisas ou com estampas, mas o destaque é para o xadrez e para as calças *jeans*. Essa mudança no hábito de vestir se fez necessária, pois seria adequada

para um novo estilo de vida que se deu a partir de uma mudança na visão político-social, como explica Michael Tambini (1999).

O modelo de mulher sofisticada permanece o mesmo, com destaque para os chapéus e sobretudos. Ainda há o uso de crochê entre algumas personagens.

Para as personagens convencionais, o padrão dos cortes de cabelos e sapatos se mantém, porém algumas modificam seus estilos influenciadas pela mudança de idade. Por exemplo, as personagens que usavam franjas não as usam mais. Agora utilizam o estilo de corte das mulheres mais velhas. Já aquelas que estão na revolução, usam normalmente um corte “joãozinho”, que é o cabelo bem curto como o de um homem e seus sapatos foram substituídos por tênis. Algo similar ocorre com a maquiagem, que se mantém bem marcante, porém não é utilizada pelas revolucionárias.

Há mudanças nas jóias que agora são bem vistosas para todas as classes sociais, com destaque, para brincos grandes com *strass* e redondos e colares compridos com pingentes. Há uma importante implementação na moda praia, com maiô recortado em modelos diferentes e mais cavados e a chegada do maiô de duas peças, o biquíni.

Percebemos um equilíbrio da moda nessa fase da minissérie, pois atinge o figurino de todas as personagens, que são as batas com estampas florais ou lisas e as calças em tecidos de linho, forte tendência também no cotidiano das pessoas que viveram nessa época, segundo Carneiro (2003).

A última fase da minissérie, os *Anos de Chumbo*, acontece após a declaração do AI-5 e permanece até o final de 1979, com a volta dos exilados. Esse período é mais curto em relação aos anteriores, porém não menos importante para o contexto da obra.

Não há grandes modificações no figurino. O estilo *unissex* predomina entre as revolucionárias, sem mudanças. As personagens mais conservadoras também mantêm as roupas estampadas da segunda fase. A modificação ocorre com a implantação de algumas peças, mas principalmente nos detalhes. O terninho mais justo é substituído por um blazer maior e com ombreiras, e com estampas como a risca-de-giz (preto e branco) ou cores sóbrias. Os vestidos estão muito compridos, até o pé, e com recortes que trazem mais sensualidade no colo e nas costas e não no comprimento curto. A calça *jeans* e a bata permanecem e agora aparece jaquetinhas, estilo boleros, em *jeans*.

Os cabelos estão mais compridos, cheios e ondulados, com a ajuda de laquê. A maquiagem está menos pesada, mais simples, sem cílios postiços, delineadores e com batons secos e mais marcantes, como o vermelho. As jóias permanecem as mesmas da segunda fase. No geral, as personagens estão mais velhas e com estilos mais sóbrios.

3.3.2.1 O figurino da personagem Maria Lúcia

Maria Lúcia foi representada pela atriz Malu Mader, mas não teve muitos fãs, mesmo sendo uma protagonista. Isso porque ninguém queria se identificar com uma personagem mais individualista e alienada em relação aos problemas do seu país. Na juventude seu maior sonho era ter um quarto só pra ela, e na fase mais madura queria estabilidade financeira e profissional. Nessa fase, novos hábitos são adicionados ao seu personagem como o cigarro e a bebida alcoólica, além de mostrar que ela dirige o seu próprio carro, detalhes importantes na caracterização de um figurino segundo Carneiro (2003).

Na fase de colégio, o maior destaque para seu figurino é um implante de franja (Imagem 1) que, segundo a figurinista da minissérie, Carneiro (2003), era uma forte tendência entre as jovens dessa geração. E uma curiosidade é que o uniforme utilizado na obra é fiel ao do colégio Pedro II na época.



Imagem 1: Personagens João Alfredo e Maria Lúcia, primeira fase
Fonte: Site www.teledramaturgia.com.br/imagens/anosrebf.jpg

Seu figurino não é muito sofisticado no início, pois ela dependia financeiramente de seu pai, que era um idealista jornalista de esquerda e não possuía muitos recursos. São utilizadas muitas tiaras ou faixas no cabelo. Usa uma maquiagem bem leve, praticamente invisível, e quase nenhuma jóia, apenas um relógio de pulseira fina de couro preta. Suas roupas eram de cores claras e joviais como amarelo, branco e azul. Os tecidos utilizados eram algodão ou poliéster, simples como seu padrão de vida. Seus

vestidos mantinham um comprimento sempre até o joelho e um modelo rente ao corpo (Imagem 2), durante a fase colegial, que refletia sua personalidade séria e responsável.



Imagem 2: Personagens João Alfredo e Maria Lúcia
Fonte: Site br.geocities.com/tv_fotos2/fanos.html

Seu vestido de formatura era branco, com laços grandes nas extremidades das alças e babados na saia, o que revela uma personalidade ingênua e romântica. Seu estilo mais sério se mantinha também na sua roupa de banho, que era o maiô com menos cavas e estampas das garotas com quem andava: um modelo reto e preto (Imagem 3).



Imagem 3: Personagens Maria Lúcia, Heloísa e figurantes na praia do R.J
 Fonte: Site www.osprazeresdavidablogger.com.br

Na sua segunda fase, agora mais madura, logo entrou na faculdade de comunicação e conseguiu um emprego. Mas o dinheiro era para ajudar nas despesas de casa e seu maior lazer era ouvir músicas, portanto seu figurino não teve grandes modificações, essas referências de personalidade e passagem de tempo são utilizadas para a constituição do figurino, segundo Carneiro (2003). O aplique da franja foi retirado e as roupas continuavam com tecidos simples e as variações eram poucas. Agora, utilizava mais saias rentes ao corpo e compridas até o joelho e blusas largas, para dentro da saia (Imagem 4), num estilo bem comportado e sério como anteriormente.



Imagem 4: Personagens Carmem, Regina e Maria Lúcia, 2ª fase
 Fonte: Site br.geocities.com/tv_fotos2/fanos.html

Sua revolução no figurino começa quando Maria Lúcia se desilude de manter um relacionamento com o protagonista João Alfredo e resolve se casar com Edgar, o melhor amigo de João, dando um desfecho para o triângulo amoroso que se mantinha desde o colégio.

No início da terceira fase, ela não dependia mais do seu pai, que já havia falecido, mas do seu marido que era rico e bem sucedido. Já no casamento seu figurino muda, pois seu vestido branco é de um tecido nobre, o crepe, e bem curto (Imagem 5), fazendo uma ligação ao importante surgimento da mini-saia que se deu na época, de acordo com Pollini (2007). O penteado também está diferente, com uma trança embutida e pequenas flores na cabeça, agora fazendo referência à moda *hippie* do momento.



Imagem 5: Casamento dos personagens Maria Lúcia e Edgar no civil
Fonte: CARNEIRO, 2003, p. 106

A partir do casamento, os tecidos utilizados para seus figurinos eram sempre sofisticados, como a seda, o crepe ou o linho e tinham adereços com brilho. Essa mudança é relevante, pois a qualidade de tecidos das roupas é um dos fatores que determina a classe social da personagem, como explicam Leite e Guerra (2002). Maria Lúcia foi uma das poucas personagens que em nenhum momento usou o *jeans*, que teve seu forte momento na década de 1970, mas não era algo sofisticado. As cores eram mais fortes e com mais estampas nas roupas. Muitas jóias foram usadas, com colares compridos de pedras grandes e brincos de ouro bem extravagantes, o que definiu bem a nova fase da personagem. Nesse momento, a maquiagem apareceu com muita força nos olhos e lábios.

Modelos de vestidos longos faziam referência a uma moda *hippie chique* para a personagem, que não utilizou batas floridas, forte tendência da época, como as amigas, pois não combinava com seu novo momento. Mas o destaque em seus vestidos longos são os recortes e estampas utilizados. Cortes geométricos no colo e sensuais (Imagem 6) formaram o visual da personagem, que transmitia uma imagem de mulher poderosa e confiante, que nesse momento dividia as contas da casa com o marido.



Imagem 6: Personagem Maria Lúcia, fase independente
Fonte: Site br.geocities.com/tv_fotos2/fanos.html

No seu final, quase entrando na década de 1980, ela está divorciada de Edgar e reencontra João, que retorna ao Brasil após a anistia. É um momento em que ela mora sozinha e não tem compromisso sério com nenhum um homem, assim há uma tentativa de reconciliação entre o casal, que não dura muito, pois a política ainda é a prioridade de João Alfredo.

Nesse momento, a personagem mora sozinha, trabalha muito e não tem disponibilidade para pequenos prazeres. Seu traje, como reflexo de sua personalidade é constituído por um terno com ombreiras, em destaque, e calça de linho, que transmitem mais maturidade e segurança. Segundo Pollini (2007), essa foi uma tendência da época, pois as mulheres começaram a trabalhar mais fora de casa e queriam transmitir essa imagem através das suas roupas. Sua maquiagem está mais discreta e seu cabelo contém muito laquê, tornando-o mais cacheado. Sua última cena, mostra sua despedida de João ao entrar no seu carro, e dirigir para sua casa, onde termina sozinha e bem sucedida profissionalmente.

3.3.2.2 O figurino da personagem Heloísa

Cláudia Abreu foi eleita como melhor atriz pela Associação Paulista dos Críticos de Arte por sua interpretação da personagem Heloísa. Isso destaca a importância dessa, que representa alguns dos momentos mais marcantes e significativos da obra. Nos três momentos da trama, ela passou por transformações importantes que influenciaram e modificaram seu figurino de forma necessária, pois a partir dessas mudanças nos trajes, o público visualiza melhor as diferentes fases de um personagem, como explicam Leite e Guerra (2002).

No primeiro momento Heloísa é uma garota divertida, porém fútil e mimada filha de um grande banqueiro. Ela conhece Maria Lúcia no curso de francês e as duas acabam tornando-se amigas. Suas vestimentas representam bem uma moça da época com esse perfil, segundo Carneiro (2003).

Seu cabelo e sua maquiagem (Imagem 7) diferenciavam-se das demais: um tom de loiro claro, comprido e com uma franja curta que era tendência entre algumas moças da época, na tentativa de parecer com as grandes divas da década de 1960 dos filmes de Hollywood. Hábito normal, principalmente entre os jovens que buscam livremente uma identificação com seus artistas prediletos, como explica Lipovetsky (1989). Para um estilo mais sofisticado e sedutor de cabelo, que correspondia à personalidade da personagem, foi necessário o uso de um aplique no cabelo da atriz. A maquiagem era suave, como era habitual entre as moças, sem batom marcante, quase invisível. Mas já destacava-se sobre as amigas, pois usava um delineador nos olhos para realçá-los, recurso que as outras ainda não utilizavam. Suas jóias nessa fase eram mais discretas, como pequenos brincos de pérola.



Imagem 7: Personagem Heloísa, primeira fase
Fonte: Site br.geocities.com/tv_fotos2/fanos.html

As roupas, como a maquiagem, também eram mais modernas e se destacavam. Já no início da série usava calças, o que só foi muito utilizado um tempo depois, segundo Tambini (1999), sendo uma percussora no estilo capri e bem justa ao corpo, combinando com blusinhas mais rentes, acinturadas e normalmente de gola-rolê (Imagem 8).



Imagem 8: Personagem Heloísa , primeira fase
Fonte: Site br.geocities.com/tv_fotos2/fanos.html

Como um reflexo do seu comportamento ousado, no baile de formatura, seu figurino teve destaque (Imagem 9). Era um vestido *pink* bem forte, com um colar de pedras preciosas que realçava o decote tomara-que-caia, o único entre os demais vestidos, e sua maquiagem foi a de maior realce comparada às das outras garotas de sua idade.



Imagem 9: Personagem Heloísa no baile de formatura
Fonte: Site www.sspeedy.org/imagens-scans_revistas.htm

No entanto, seu maior gesto de ousadia foi usar o biquíni de duas peças (Imagem 10) e quase fazer um *top-less* na praia carioca. Foi a primeira personagem também a utilizar uma blusa mais curta, onde a cintura e o umbigo apareciam. Usou-se uma blusa delicada de crochê branca e uma calça de linho preta.



Imagem 10: Personagens Maria Lúcia, Heloísa e figurantes na praia do R.J.
 Fonte: Site www.osprazeresdavidia.blogspot.com.br

Depois do baile, a busca pela perda da virgindade e a tentativa de entrar numa faculdade mostram que a personagem já está um pouco mais velha. Sua maquiagem não sofre grandes modificações, mas suas roupas estão menos coloridas. São utilizadas estampas em xadrez e listras, e cores mais neutras como branco, preto e azul. Suas jóias estão maiores, são utilizados colares compridos e muitos brincos em formato sempre redondo e às vezes com brilho, para a personagem, permanecendo o relógio de pulseira fina de couro, preto, que também era usual de outras personagens, demonstrando ser uma tendência forte da época.

Agora a personagem frequenta lugares diferentes, como sambódromos e *boates*, e em uma cena ela utiliza uma mini-saia pela primeira vez, algo que não se repetiu.

Aos poucos, seu interesse pela causa contra o sistema de ditadura foi despertando. No início Heloísa achava bacana colaborar com os amigos, principalmente na parte financeira. Mas em uma fase bem amadurecida e nada fútil, Heloísa fazia parte do grupo, até cair na clandestinidade e ter um final trágico.

Essa transição atinge diretamente seu figurino. Quando a causa política começa a ser mais presente, esse não muda radicalmente. Pequenos detalhes são notados, como explica Carneiro (2003), até pelo personagem que representa seu pai e este reclama do descuido de Heloísa para uma moça da alta sociedade. Não há um cuidado com o cabelo, suas unhas não são pintadas e não há maquiagem. Permanece com roupas

femininas, porém com menos vestidos e mais calças de tecidos nobres. Essa transição se dá até que acontece uma ruptura com o figurino e novamente outras vestimentas são utilizadas pela personagem.

Agora, na última fase, seu modelo é transformado de forma radical, pois Heloísa está na clandestinidade e seu figurino reflete como as mulheres envolvidas na causa se vestiam na época. Há um abuso de calça *jeans*, que tem o seu auge na época, e blusas com botões bem largas ou batas. Nada de sapatos, somente tênis e uma única bolsa de couro marrom com franjas, que representava um figurino *unissex* e *hippie*, forte tendência na década de 1970, como explica Tambini (1999). O aplique utilizado no cabelo é retirado, e seu corte é estilo *joãozinho*, ou seja, muito curto (Imagem 11). A foto em anexo é da sua cena final, quando a personagem tenta fugir e é brutalmente assassinada.



Imagem 11: Cena final da personagem Heloísa
Fonte: Site diariodonordeste.globo.com/imagem.asp

3.3.3 O figurino na telenovela *Paraíso Tropical*

As figurinistas responsáveis por *Paraíso Tropical* (2007) foram Helena Gastal e Natalia Duran e seus figurinos mostram elementos artesanais e contemporâneos no início, pois nesse momento a trama se divide entre as regiões Nordeste e Sudeste do país. Mas a principal característica se dá no contraste entre o glamour da sociedade carioca e as ruas de Copacabana, pois há diferentes núcleos e neles suas diversidades de figurinos, como explicam Leite e Guerra (2002). Biquínis, vestidos leves e camisetas com saias curtas ou shorts, em *jeans* ou algodão, representam bem a moda litoral onde a

trama se desenrola. Porém, há muita sensualidade em algumas personagens, que abusam de cores fortes e provocantes, como o vermelho e o preto, além do uso de material como o couro em botas e bolsas e maquiagens bem marcantes, que não se relacionam com a moda praia e são bem urbanas. Há também estilos mais sofisticados e clássicos para personagens que representam a alta sociedade carioca. E os figurinos dos uniformes, como os das garçonetes, empregadas domésticas e recepcionistas do hotel.

Um arranjo que ressalta o contraste das roupas de *Paraíso Tropical* (2007) é o figurino das irmãs gêmeas. A personagem Paula gosta de peças básicas sem muito glamour, com tecidos de algodão e malha, cores claras e bem discretas, além de usar muito *jeans*. Seu cabelo é usado ao natural, onde permanecem algumas ondas, que dão um ar mais romântico ao estilo e reflete a personalidade dela, como explica Carneiro (2003). Sua maquiagem é bem leve, cor de pêssego para o *blush* e sem sombras para marcar os olhos, apenas um lápis preto. Já para o figurino de Taís optou-se por roupas mais escuras, sensuais e muita maquiagem. Além de um cabelo bem liso.

Há também outras variações de estilos, como o romântico da personagem Camila, que era uma garota sensível e discreta. Para ela, muitos vestidos delicados e claros, de alcinhas finas e com estampas florais. Sua maquiagem seguia o mesmo estilo, com um *blush* rosado e *gloss* nos lábios. Seu cabelo mantinha uns cachos, dando uma atmosfera mais feminina e lolita. Suas sandálias normalmente eram rasteiras e bem praianas. Há também um estilo mais clássico, para as jovens secretárias do grupo Cavalcanti com seus conjuntos de terninhos de linho e sapatos fechados de salto alto, com maquiagem e cabelos discretos, quase um uniforme, pois era muito usual entre essas. Ou uma proposta mais elegante e formal, como a personagem Marion, uma *promoter* nada bem sucedida que faz qualquer coisa por dinheiro; Vive entre a alta sociedade, graças a um casamento no passado e que não foi bem realizado; Usa roupas de tecidos sofisticados e com estampas e cores clássicas, e sua maquiagem busca cores terras como o marrom para sombras e batons. Seus sapatos são sempre clássicos, fechados e sem salto fino. Todos esses detalhes como o tipo de maquiagem, penteado e tecidos das roupas, são importantes para a caracterização dos personagens através do figurino segundo Carneiro (2003).

A jovem advogada Fabiana e a *socialite* Ana Luisa Cavalcanti, que eram muito elegantes e bem sucedidas, foram vestidas pela mesma estilista, Graça Ottoni. Foram as únicas que tiveram essa exclusividade de serem vestidas não somente pelas figurinistas.

Os papéis de ambas se relacionam, pois Ana Luisa é casada e Fabiana é a amante de Antenor Cavalcanti na primeira fase da novela. Talvez, por isso, houve um maior cuidado com seus figurinos. Esse era mais clássico, pois ambas eram formadas em Direito e utilizavam muitos ternos, salto alto e jóias sofisticadas. Ana Luisa matinha um corte clássico *chanel* e Fabiana cabelos compridos, mas os mantinham presos com o uso de presilhas. A maquiagem de ambas era mais sóbria e sem muitas cores. Um contraponto a essas duas personagens é Dinorá, uma simples dona de casa, extrovertida, que faz de tudo para conquistar e chamar a atenção do marido. Para tal atuação, seu figurino explora muitas *lingeries* como camisolas e conjuntinhos de calcinha e sutiã, que busca a sensualidade na mulher do lar. No cotidiano suas roupas são de tecidos comuns, como algodão, e utiliza vestidos com comprimento um pouco acima do joelho, porém com decotes ousados e estampas florais coloridas, combinando com sandálias de salto confortáveis como anabela. Seus cabelos eram normalmente presos com um simples rabo-de-cavalo, usava algumas bijuterias e uma maquiagem sem destaques, no tom da sua pele.

Há as jovens que fazem a moda praia e, entre elas, Joana se destaca. É uma personagem honesta, dedicada ao trabalho e ao seu noivo, que ganha um destaque maior no decorrer da novela. Seu figurino de trabalho é um uniforme do grupo Cavalcanti, porém no seu cotidiano é algo mais leve. Bem moderno, lançou tendência, como a sua muito utilizada blusa manga de morcego, um estilo arrojado e solto ao corpo, com uma abertura maior nas mangas e um caimento que deixa o ombro à mostra. Usava correntes compridas com pingentes grandes e uma maquiagem invisível, só para corrigir pequenos defeitos. Além de vestidos longos, de tecidos leves e saíões compridos, que davam um tom *hippie chique*, foram os destaques do figurino dessa personagem que foi muito aceito e copiado pelo público.

Houve um grande estudo para a moda das ruas, do calçadão, que é necessário como explicam Leite e Guerra (2002), e foi destaque na novela. Essa ficou bem representada pelo figurino de Bebel, que abusou dos decotes e estampas de bichos, para retratar uma garota de programa.

3.3.3.1 O figurino da personagem Bebel

Camila Pitanga se destacou na atuação como Bebel, que conquistou vários admiradores, seja por sua postura cômica que abusou da “catigúria” ou por seu visual sensual. Ganhou várias matérias de revistas e prêmios da imprensa brasileira, o que dissemina e populariza um personagem entre o público consumidor através das operações multimídias, como explica Lipovetsky (1989), e colabora para transformar seu figurino em uma tendência de moda.

O fato de a personagem ser uma prostituta não foi visto com preconceito entre as mulheres, porque se utilizou uma moda bem brasileira que é mais ousada e colorida, como mini-saia, calça justa e *lycra*, e não um figurino exclusivo de garotas de programa. E deve-se ressaltar que essas profissionais também se espelham em artistas e novidades da moda, seguindo padrões determinados por revistas de entretenimento como explica Morin (1997), para se vestir.

A personagem representa a diversidade e seu figurino foi modificado para três momentos diferentes: um visual para a Bahia, outro para o calçadão no Rio de Janeiro e o último quando se transforma em uma prostituta fixa do personagem Olavo e passa a usar roupas mais caras e sofisticadas. Nesse último momento, há uma alusão ao filme estrangeiro de sucesso: *Uma Linda Mulher*, que serviu como referência, já que sua forma de tratar o tema obteve grande aceitação pelo público, o que leva a uma expectativa da repetição de sucesso na novela. Bebel usou mini-saia, vestidos decotados e com recortes diferentes, botas de cano alto e salto muito fino, mas seu figurino teve maior destaque para o *body*, conhecido como “engana mamãe”. Esses são maiôs comportados na frente e ousados atrás, parecendo um simples biquíni, por isso o nome e a peça foi sendo sofisticada à medida em que a personagem sofria alguma mudança.

Morava no litoral da Bahia, no início da trama, era necessário que seu figurino representasse a cultura local, como explicam Leite e Guerra (2002). Assim, utilizaram-se muitas peças com estampas de chita, crochês, *jeans* justo e curto e bijuterias artesanais (Imagem 12), sapatos de salto alto, como tamancos em madeira. Nesse momento, a personagem se sente superior às demais garotas do bordel de Amélia, e sente muito desejo em mudar de lá, o que ocorre quando ela conhece o cafetão Jáder que a leva para trabalhar no Rio de Janeiro.



Imagem 12: Personagem Bebel, início da novela na Bahia
Fonte: Site geraldofreire.uol.com.br/camila_pitanga

Com essa mudança de região e cultura local da personagem, seu visual também deve modificar como explicam Leite e Guerra (2002), pois, embora seja uma cidade também praiana, o Rio requer um figurino mais urbano. Então seu *body* deixa de ser em crochê e passa a utilizar materiais de tecidos como a *lycra* e detalhes em metal, sempre explorando estampas de bichos, como onça e zebra (Imagem 13). O *jeans* também começa a ser abandonado do figurino e as *leg* pretas, que são calças de *lycra*, passam a ser mais utilizadas.



Imagem 13: Personagem Bebel, seu começo no R.J.
Fonte: Site www1.folha.uol.com.br/.../ult

Suas bijoutherias também mudam, e passam a ser de metais. Seus sapatos também se adaptam a um estilo mais urbano, com saltos bem mais finos e sandálias de metal ou em tecido sintético. Há um grande destaque para as botas de cano alto e com várias estampas, podendo ser de couro ou em tecido. E, quanto mais tempo ela trabalha no calçadão em Copacabana, mais brilhos, decotes e extravagâncias (Imagem 14) são adicionados ao seu figurino.



Imagem 14: Personagem Bebel, se prostituindo no calçadão de Copacabana
Fonte: Site www.bobnews.com.br/imagens/dabe

Nesses dois momentos seu cabelo é bem cacheado e solto, buscando o natural. Em sua maquiagem utiliza sombras mais douradas e bastante rímel, além de batons que variam entre as cores *pink* e laranja, e uma pele sempre muito bronzeada caracteriza seu figurino, já que esse não deve se abster só às roupas, como explica Carneiro (2003).

Ao convencer seu amante Olavo a ser sua garota fixa, pois não agüentava mais a vida no calçadão, começa a freqüentar ambientes mais sofisticados e seu figurino se renova pela segunda vez. Vestidos de grife fazem parte dele, mas sempre muito sensuais, valorizando as curvas. Apesar de serem mais sofisticados, ainda há muito decote (Imagem 15). Seu cabelo fica mais liso com o uso de “chapinha” e mais comprido, pois se usa um aplique na personagem, permanecendo sensual, mas menos despojada.



Imagem 15: Personagem Bebel, em casamento sofisticado
Fonte: Site diariodonordeste.globo.com/imagem.asp

Essa transição se dá gradualmente e Bebel se esforça para tentar fazer parte da alta sociedade carioca. Porém, seu final é bem grandioso para uma garota de programa que veio do interior da Bahia e é uma vilã na história. Ela não fica com seu grande amor, pois esse morre, mas termina entre vários *flashes* e como uma grande celebridade interrogada em uma CPI fictícia em Brasília, já que virou “fixa” de um senador da república e, por causa do seu romance tem que prestar depoimento (Imagem 16). Esse desfecho foi uma alusão ao real escândalo envolvendo a jornalista Mônica Veloso e o senador Renan Calheiros. Em seu depoimento, Bebel aproveita para avisar que vai posar nua para uma revista masculina. Na realidade, Mônica Veloso posou nua para a *Playboy*.



Imagem 16: Personagem Bebel, depondo na CPI
Fonte: oglobo.globo.com/.../29/29_MHG_cult_bebel88.jpg

3.3.3.2 O figurino da personagem Taís

Alessandra Negrine foi a atriz escalada para representar as gêmeas Taís e Paula, donas de personalidades e figurinos totalmente diferentes. A vilã causou muita indignação nos telespectadores, mas seu figurino foi bem aceito e também transformou-se em tendência de moda.

A personagem é bastante explorada na trama, porém o estilo de seu figurino permanece o mesmo, podendo variar de acordo com situações mais ou menos sofisticadas. Porém mantém um padrão, diferente do figurino de Bebel.

Sua personalidade forte e destemida refletia em suas vestimentas, que eram modernas e provocativas, com cores fortes como o vermelho e o preto, e tecidos como couro, que dão uma atmosfera de *rock'n roll* ao figurino (Imagem 17).



Imagem17: Personagem Taís, em seu estilo *rock'n roll* com peças de roupas em couro
Fonte: Site seraquetemsolucao.blogspot.com/2007

Taís queria entrar na alta sociedade a qualquer custo e mesmo morando no edifício Copamar, um local simples, buscava manter uma postura sempre elegante em locais sofisticados para aparentar ser de outra classe social (Imagem 18).



Imagem 18: Personagem Taís, em festa sofisticada
Fonte: Site 201.7.178.48/.../0,,MUL138908-7084,00.html

Suas roupas eram à base de vestidos sensuais e calça *jeans* com blusas decotadas. Seus acessórios tiveram maior repercussão, como as bolsas grandes e de couro. Suas botas de salto muito fino que proporcionavam muita sensualidade para a personagem; também foram destaques os cintos demarcando a cintura fina (Imagem 19).



Imagem 19: Personagem Taís, destaque para acessórios
Fonte: Site www.94fm.com.br/autores_criam_cenas

Muita maquiagem também faz parte do visual, com sombras pretas e delineadores que marcam bem seus olhos e somente um brilho nos lábios, além de um cabelo muito liso, que proporciona mais movimento e sensualidade.

O final dessa personagem é de muita ação, pois ela é a mentora de um seqüestro e uma intensa fuga. Apenas nesse momento seu figurino modifica, pois era necessário um maior movimento e, para tal, roupas mais esportes como camisetas de algodão e jaquetas de *lycra* (Imagem 20).



Imagem 20: Personagem Taís seqüestra e mantém refém seu próprio tio.
Fonte: Site diariodonordeste.globo.com/imagem.asp

Na cena final de Taís em que a personagem aparece morta e cria uma atmosfera de mistério na trama até o último capítulo, seu figurino já era novamente composto por um estilo que marcou a vilã durante a novela: um sofisticado e sensual vestido vermelho (Imagem 21).



Imagem 21: Personagem Taís aparece morta em sua última cena
Fonte: Site oglobo.globo.com/.../2007/09/27/297913513.asp

3.4 Moda e a indústria cultural

A primeira proposta para um figurinista é a de vestir um personagem. Porém, o figurino pode ir muito além desse projeto inicial e tornar-se uma tendência de moda, já que moda e figurino se interagem em uma linha muito estreita, apesar de terem mundos paralelos, como explicam Leite e Guerra (2002). Para tal, a vontade do profissional de figurino e do público consumidor não são as principais referências, pois há questões de interesses e valores culturais que não cabem a esses definirem, e sim selecionarem o que é proposto e mais agrada na mídia, como explica Carneiro (2003).

O real poder que envolve o mercado da moda, que determina realmente se algo será ou não a nova tendência, é a relação entre a mídia e a indústria cultural, que acelera o desuso dos produtos e os torna cada vez mais lúdicos à real necessidade do consumidor, como afirma Lipovetsky (1989). Então, essa efemeridade a qual vivemos e que se relaciona com um sentimento de liberdade, de desejos de mudanças e os interesses da Rede Globo de Televisão, já que os figurinos analisados pertencem à emissora, em destacar determinado figurino em detrimento do outro, é o que vai influenciar de forma profunda no surgimento de um novo estilo na moda.

Essa indústria atinge várias esferas da mídia. Em um momento a personagem Taís, por exemplo, está na telenovela, em seguida há uma propaganda da personagem na própria rede. No dia seguinte, revistas de moda e entretenimento, vinculadas ou não à

emissora, estão divulgando várias fotografias da atriz em destaque com seu figurino, como explica Joffily (1991). O investimento na sedução do consumidor é imenso e determina a nova tendência de moda. O público é induzido a acreditar que aquele modelo é o mais bonito e que ele precisa o ter, se não será uma pessoa ultrapassada e fora dos padrões estéticos.

A escolha de atrizes como Alessandra Negrini e Camila Pitanga, consideradas símbolos sexuais e ícones para muitas mulheres, não é aleatória. Está ligada à sedução que é a principal proposta dos conglomerados midiáticos, segundo Morin (1997), e é uma questão analisada antes mesmo da telenovela ser produzida, bem como o tempo de duração da obra que se relaciona com o calendário da moda.

Então, em tempos como os atuais, onde o fulgêz predomina e a mídia se faz presente em vários aspectos no cotidiano, é quase impossível não relacionar as novas tendências de moda aos figurinos das personagens de maior destaque nas telenovelas brasileiras.

A revista *Caras* é uma mídia de moda e entretenimento, onde são divulgadas fotografias de vedetes como artistas, *playboys*, alpinistas sociais e celebridades, no seu cotidiano. A partir dessa, é possível comprovar que muitas das vestimentas utilizadas nos figurinos das telenovelas, fazem parte do guarda-roupa das pessoas no seu dia-a-dia.

O jornalismo de moda também trabalha com a proposta de revelar o que é tendência de moda nas telenovelas e como adequar o figurino melhor ao cotidiano das pessoas, como explica Joffily (1991). Um exemplo disso são as roupas da personagem Bebel, que num conjunto utilizada na teledramaturgia, ficam muito vulgares, pois a proposta é para uma prostituta. Porém, as peças do figurino utilizadas separadamente, tornam-se usáveis no dia-a-dia, pois ficam sensuais e não vulgares. Assim, as mídias de moda propagam os figurinos oferecendo propostas diferentes de como utilizá-los, como não misturar um decote ousado com uma bota de cano alto no mesmo visual e escolher a maquiagem da personagem, que será mais adequada ao horário e local que a leitora freqüentara.

Há matérias sobre como ter o penteado de tal personagem, ensinando passo-a-passo como fazê-lo. Para as mídias mais populares do gênero, ainda são propostas substituições que ficariam muito parecidas com o real figurino, mas por um preço mais acessível ao seu público. Então há a democratização da moda, que atinge vários universos distintos e padroniza, por um determinado período de tempo, o que deve ou não ser utilizado pelas mulheres.

A cultura de massa leva modelos culturais a todos os domínios do mundo, seja de qual forma for através de vestuário, beleza, sedução, erotismo e é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo. Essa cultura aparece principalmente para o lazer das famílias modernas e, muitas vezes, sob forma de espetacularização, e tem sido a grande arma da moda para se expandir mundialmente, como explica Morin (1997).

Para exemplificar essa realidade de um figurino ser tendência de moda, no atual contexto, foram selecionadas algumas fotografias da revista *Caras*, que estiveram expostas no site: www.caras.com.br e datavam o período em que a telenovela *Paraíso Tropical* (2007) estava sendo transmitida nacionalmente, onde celebridades no seu dia-a-dia estão vestindo roupas semelhantes às das personagens analisadas. O que vem a comprovar novamente como o figurino influencia na moda da época em que este está em evidência, através dos conglomerados da mídia e do poder da indústria cultural.

A imagem 22 retrata a atriz Ildi Silva com um modelo de vestido similar ao da personagem Bebel, pois ambos têm um decote profundo em V, um tecido sofisticado e brilhoso, de cor clara com comprimento pouco acima dos joelhos. A bolsa é no estilo carteira e complementa um visual sensual e sofisticado, como foi o figurino na última fase dessa personagem na telenovela *Paraíso Tropical* (2007) e virou uma tendência de moda entre as mulheres que tinham esse perfil.



Imagem 22: Personagem Bebel e a atriz Ildi Silva vestem vestidos semelhantes
Fonte para Bebel: Site diariodonordeste.globo.com/imagem.asp

A imagem 23 mostra a personagem Bebel no calçadão de Copacabana, e o destaque deve ser para a bota de cano alto, com estampa de onça que ela veste. Apesar de ser um país tropical, foram destaque as botas entre as brasileiras que complementavam um visual bem sensual. A primeira atriz, Joana Balaguer usa uma bota com estampa de animais e bico fino, já a segunda atriz Danielle Winits usa uma bota sem estampas, mas com um cadarço de couro trançado que também passa uma atmosfera bem sensual. Ambas atrizes e a personagem utilizam a bota com roupas de pouco comprimento, o que valoriza e destaca as pernas e foi bastante usado entre várias mulheres.



Imagem 23: Personagem Bebel, atriz Joana Balaguer e atriz Danielle Winits
Fonte para Bebel: Site www.bobnews.com.br/imagens/dabe

Analisando o conjunto das roupas da última imagem de Bebel, tornam-se peças vulgares, pois a proposta do figurino é para uma garota de programa, porém as estampas de animais foram forte tendência com a inspiração dessa personagem, e essa era utilizada com muita sensualidade também, porém com menos decotes ou um comprimento de saia maior como mostra a imagem 24. Nela a empresária Luiza Brunet e a sambista Ana Flávia, usam esse estilo de estampas de onça e decotes estratégicos, além do rabo-de-cavalo muito utilizado por Bebel. Assim como o batom, que teve a cor vermelha escolhida.



Imagem 24: Personagem Bebel, empresária Luiza Brunet e sambista da escola Beija-Flor Ana Flávia
Fonte para Bebel: Site www.bobnews.com.br/imagens/dabe

O destaque da imagem 25 é para o sapato, esse estilo plataforma trançado na perna e com salto agulha, foi muito explorado no figurino da personagem Bebel e as mulheres, que tinham um perfil mais ousado, também o adotaram. Na foto, notamos a atriz Flávia Alessandra numa postura mais sensual e com o mesmo modelo de sapato utilizado por Bebel. A sensualidade também está na fenda do vestido da atriz. Essa era a principal proposta do figurino analisado, uma atitude *sexy*.



Imagem 25: Personagem Bebel e atriz Flávia Alessandra
Fonte para Bebel: ego.globo.com/foto/jpg

Essa sensualidade, também foi explorada através dos vestidos recortados e com cores vibrantes que Bebel utilizava para festas sofisticadas. O decote ousado e o colorido reluzente davam espontaneidade para o figurino e as brasileiras já acostumadas ao estilo, o utilizaram bastante como exemplifica a imagem 26.



Imagem 26: Personagem Bebel e empresária Renata Duarte
Fonte para Bebel: Site www.globoonliners.com.br

O principal destaque para o figurino da personagem Taís, foram as cores vermelhas associadas às roupas ousadas e acessórios modernos. Sua bolsa grande e vermelha, de couro, foi um grande destaque para seu figurino e foi bastante copiado entre as fãs do estilo. Em uma mesma revista, observamos três atrizes globais diferentes que optaram pelo mesmo acessório.



Imagem 27: Personagem Taís e as atrizes Fernanda Lima, Juliana Paes e Karina Bacchi
Fonte para Taís: Site www.globoonliners.com.br

O vestido vermelho usado na última cena da vilã não foi o único do seu figurino, outros da mesma cor ou no estilo sofisticado e sensual também foram utilizados para compor a personagem, e mostrar sua personalidade decidida e ousada. Na imagem 28, observamos a atriz Cláudia Raia usando um vestido vermelho e sensual como propôs o guarda roupa de Taís na novela.



Imagem 28: Personagem Taís e atriz Cláudia Raia com vestido vermelho
 Fonte para Taís: Site oglobo.globo.com/.../2007/09/27/297913513.asp

A personagem Taís correspondendo a uma personalidade ousada e determinada, também utilizou figurinos de couro e *jeans* que remetiam a um estilo *rock'n roll*. Uma combinação forte como na imagem 29. A atriz Giselle Itié, também transmitiu essa mensagem ao utilizar roupas similares ao figurino de Taís.



Imagem 29: Personagem Taís e atriz Gisele Itié
 Fonte para Taís: Site seraquetemsolucao.blogspot.com/2007

Através da análise das imagens e dos textos, compreendemos como a mídia tem a capacidade de fornecer um universo de constantes mudanças e renovação associada à indústria cultural, e como essa união é capaz de socializar, influenciar e transmitir o saber. O “mundo” da moda está totalmente inserido nesse contexto e através desse universo de sonho e lazer, a mídia influencia e vende as novas tendências de vestimentas que serão utilizadas no cotidiano de seu público. O figurino entra como um dos meios de renovar e acelerar a potência da indústria da moda que gira milhões na economia do país, além de ter a sua função narrativa na trama. Através de Morin (1997) e da análise, podemos compreender que a ideologia da cultura de massa é a ideologia da felicidade, e que essa se propõe a consumir não só os produtos, mas consumir a própria vida.

CONCLUSÃO

A contextualização da moda do último século até a atualidade, o papel do figurino nas artes, a partir do trabalho do figurinista e sua perspectiva embutida nos conglomerados midiáticos, foram os eixos principais que serviram como ponto de partida para analisar como a moda retrata o estilo e a cultura de uma época, através da análise do figurino utilizado em duas obras televisivas de ficção: *Anos Rebeldes* (1992) e *Paraíso Tropical* (2007).

O trabalho também permitiu mostrar o poder que a mídia exerce no cotidiano das pessoas dentro da sociedade moderna e como isso vem evoluindo desde os primórdios, nas produções de Hollywood, por exemplo, com o uso da publicidade e os estímulos a adoração de celebridades. Tudo isso, além de explicar os valores referentes ao universo da moda, que é um entrelaçamento social surgido a partir do interesse ao novo e não um simples movimento que lança tendências de vestimentas.

A proposta de representar momentos históricos, dentro da minissérie *Anos Rebeldes* (1992), nos leva a viver uma época passada através da busca dos valores contidos na sociedade referente à obra. O figurino busca representar fielmente a moda cotidiana de uma geração e nos ajuda a compreender a necessidade de determinadas modelagens de roupas, fazendo com que o público, principalmente o que não vivenciou aquele momento, conheça e identifique melhor as etapas da trama. Através das vestimentas, há uma maior interação do público com a mensagem e o momento da obra.

Em *Anos Rebeldes* (1992), duas décadas de moda foram bem representadas, os anos 1960 e 1970. Apenas com algumas ressalvas, já que os sapatos não foram totalmente fiéis à moda da época, deixando a desejar por suas restrições. Porém, os demais detalhes que constituíram uma vestimenta foram bem representados e a obra, como um todo, também representou fielmente um contexto de uma geração, permitindo um maior conhecimento do público sobre ela.

Na novela *Paraíso Tropical* (2007) foi possível verificar como o carisma é um fator determinante para o sucesso de um personagem. Como Bebel, por exemplo, é uma vilã e garota de programa, era esperado que não houvesse muitos fãs. Entretanto, sua forte identificação com o público, provavelmente por seu lado cômico, causou uma grande repercussão e fez com que seu figurino fosse reproduzido por várias mulheres. Fora essa exceção, a trama permaneceu com um padrão típico de diversificação de

núcleos e foco nos principais personagens. Assim, o figurino da protagonista Taís ganhou destaque em editoriais de moda e no cotidiano social. Visto que o Brasil é um país tropical e que a trama se desenrolou no litoral carioca, até mesmo o sugestivo título da obra, era esperada a exploração de um figurino mais sensual e ousado como realmente ocorreu. Sua diversificação, dentro desses propósitos, retratou bem as preferências da mulher brasileira contemporânea.

Portanto, dentro das duas obras, foi possível constatar como a moda é um retrato do estilo e principalmente da cultura de uma determinada época ou geração e como o figurino é um instrumento potencializador que só vem a acrescentar valor às obras.

REFERÊNCIAS

- BARNARD, Malcolm. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- CARNEIRO, Marília. *Camarim das Oito*. Rio de Janeiro: Aeroplano, SENAC, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. *O discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- COELHO, Maria José de Souza. *Moda e Sexualidade Feminina*. Rio de Janeiro: Uapê, 2003.
- FERRISS, Suzanne. *Por Dentro da Moda*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.
- FISCHER-MIRKIN, Toby. *O Código do Vestir - os significados da roupa feminina*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- GARCIA, Carol. *Moda Brasil - Fragmentos de um Vestir Tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2003.
- GUERRA, Lisette; LEITE, Adriana. *Figurino - Uma Experiência na Televisão*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- JOFFILY, Ruth. *O Jornalismo e Produção de Moda*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia Das Letras, 1989.
- LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da Realidade*. São Paulo: Vozes, 2002.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX – Neurose*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- ORTIZ, Renato. *Telenovela: História e produção*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- QUEIROZ, Fernanda. *Terminologia do Vestuário*. São Paulo: Escola Senai - Centro Nacional de Tecnologia em Vestuário, 2001.
- POLLINI, Denise. *Breve História da Moda*. 1ª ed. São Paulo: Claridade, 2007.
- TAMBINI, Michael. *O design do século*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1999.