



## **A Moda Na Telenovela: Os Signos Da Persuasão<sup>1</sup>**

Ane WINK<sup>2</sup>

Mayra WAQUIM<sup>3</sup>

Faculdade Boa Viagem (FBV/DeVry), Recife, PE

### **RESUMO**

A influência da telenovela nas atitudes, comportamentos e hábitos de consumo dos espectadores vêm chamando a atenção da academia há alguns anos. A moda enquanto linguagem não-verbal vem ganhando espaço e ditando tendências através dos figurinos e elementos de caracterização dos personagens das telenovelas por seu caráter massivo e ficcional. Nesta pesquisa, a semiótica guia a tentativa de compreender os significados internos de algumas tendências e como estes podem reverberar externamente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Moda; Telenovela; Semiótica.

### **INTRODUÇÃO**

A partir da chegada da televisão no Brasil em 1950, esta passou a ser um dos principais meios de comunicação de massa no país. Com a evolução da linguagem televisiva vários formatos narrativos e informativos foram se sedimentando, entre eles, a telenovela. A telenovela se configura como formato narrativo que mais interfere e influencia no comportamento de consumo dos telespectadores. Sifuentes (2009) postula que a televisão age como um guia de modelos a serem seguidos:

“A televisão inspira os principais sonhos: a conquista de uma condição social melhor, através do estímulo a lutarem pelo que desejam, conforme os exemplos vitoriosos apresentados na mídia; o desejo de terem casas e bens de consumo como a novela oferece; ter uma família feliz e harmônica, uma realidade às vezes distante da delas, mas que, certamente, gostariam que não fosse”. (SIFUENTES, 2009, p.77).

Dentre as inúmeras interferências da telenovela no comportamento do consumidor, existe a capacidade que seus enredos têm de determinarem o modo de se vestir e, em alguns momentos, supera a opinião de especialistas e determina tendências e estilos de vestuário, que tornam-se válidas por um tempo determinado.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Design de Moda da FBV/DeVry, email: [ane\\_wink@hotmail.com](mailto:ane_wink@hotmail.com).

<sup>3</sup> Professora do curso de Design de Moda da FBV/DeVry, orientadora da pesquisa; [mwaquim@hotmail.com](mailto:mwaquim@hotmail.com).



A intenção principal do figurino de qualquer personagem de telenovela é transmitir visualmente o caráter e a personalidade que lhes foram concebidos e, para alcançar tal feito, além de roupas, é necessário agregar a caracterização (maquiagem, cabelo e etc). Por evoluir junto às novas tecnologias e ao conseqüente prestígio e alto padrão de qualidade das produções, a Rede Globo destaca-se no âmbito da produção desta linguagem. Observa-se que os telespectadores tomam como referência os personagens que ganham destaque e pautam seus desejos de consumo, atitudes e formas de estar no mundo a partir da realidade ficcional retratada.

As tendências de moda e demais caracterizações apresentadas nas novelas, como têm um caráter massivo, caracterizam um campo de estudo potente devido ao conjunto de elementos que unidos geram significados dos mais variados que dialogam com a cultura nacional. A moda e suas nuances estão carregadas de conteúdos sócio-culturais. E esta percepção é a base do presente trabalho. Aqui as tendências lançadas pelas telenovelas e sua influência no universo simbólico de quem assiste são percebidas através da semiótica e da semiologia. O objetivo principal é investigar os significados internos de algumas tendências e como estes podem reverberar externamente. Para tanto, pretende-se realizar uma reflexão sobre a relação televisão, figurino e moda; traçar um panorama sobre as teorias dos signos que serão utilizadas nas análises – a semiótica e a semiologia e elaborar as análises de alguns figurinos que marcaram como fortes tendências.

É oportuno realçar a relevância desta pesquisa haja visto o fato de que 65% dos brasileiros assistem televisão todos os dias da semana e passam, em média, 3 horas diárias em frente à TV, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia feita pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República no ano de 2014. A pesquisa aponta ainda que o público, em sua maioria, é formado por mulheres - 67%. Esta pesquisa ainda aponta que, no que diz respeito aos programas mais assistidos pelo público durante a semana, as telenovelas estão em segundo lugar, perdendo apenas para telejornais e programas informativos.

A moda, através de itens de vestuário e da maneira como é portada pelo corpo, torna-se propagadora de opiniões, ideias e princípios e pode ser compreendida como uma linguagem não-verbal. Aliada ao alcance massivo das telenovelas esta moda tem se tornado instrumento norteador de atitudes e comportamentos.



## **METODOLOGIA**

Este trabalho assume um caráter exploratório. Conforme afirma Malhotra (1993), a pesquisa exploratória permite que uma maior compreensão seja desenvolvida acerca do tema. E ainda acrescenta que este tipo de pesquisa permite maior flexibilidade em relação ao uso de métodos na obtenção de discernimento e desenvolvimento de hipóteses. Como pesquisa qualitativa o método escolhido para sua elaboração foi o bibliográfico, que utiliza fontes públicas relacionadas ao tema escolhido. Seu objetivo é apresentar ao pesquisador informações já publicadas sobre o tópico através de fontes escritas: publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses material cartográfico e etc. ou verbais, de acordo com Lakatos e Marconi (2003). Para a realização das análises de tendências e suas significações utilizou-se a semiótica e a semiologia.

## **TELENOVELA, FIGURINO E MODA**

A superioridade de TV Globo sobre outras emissoras de televisão no Brasil deve-se, principalmente, à escolha da emissora por criar internamente a maior parte do seu conteúdo, e à ideia de motivar no telespectador o hábito de assistir seus programas. Quando criada, em 1965 e com sede no Rio de Janeiro, a Rede Globo era conduzida pelo jornal O Globo, composta pela Rádio Globo e pela Rio Gráfica e associada a empresa norte-americana Time-Life. Porém, segundo a constituição brasileira vigente na época, era proibido o envolvimento de empresas estrangeiras nos meios de comunicação, e dessa forma o acordo entre a Rede Globo e a Time-Life foi encerrado em 1971 (MELO, 1988).

No período que esteve vinculada à Time-Life, a Rede Globo captou as habilidades da empresa norte-americana e as trouxe para o mercado nacional, que estava iniciando, repleto de programas estrangeiros e ainda muito dependente da radiocomunicação. A partir de 1969 a Rede Globo se transformou em Rede Globo de Televisão, unindo a TV Globo do Rio de Janeiro às suas associadas, São Paulo e Belo Horizonte, e respectivas afiliadas, e obtendo sucesso no mercado nacional por apoiar a nacionalização da programação.

Um dos fatores que impulsionaram tamanho sucesso de audiência foi a pesquisa de comportamento do telespectador e impacto da programação, ou seja, descobrir o que o usuário deseja ver na televisão. Assim, foi criado o “padrão Globo de qualidade”, que



conecta o telespectador à emissora ao entregar diariamente “emoção, informação, prazer, devaneio e serviços gerais. São quotas de proteínas culturais” (MELLO, 1988, p. 68).

Deve-se considerar o alto investimento financeiro por parte da TV Globo para produção de suas novelas, que desta forma cria um produto de qualidade e, conseqüentemente, acaba atraindo e conquistando o telespectador. O êxito das telenovelas da TV Globo é atribuído a um modelo estabelecido pela emissora: a novela chega a todas as classes sociais, a escolha de “consumi-la” ou não é do telespectador, mas o produto está disponível a todos; a aceitação por parte do público é investigada e suas ideias são consideradas; o mercado influencia a novela ao longo de sua exibição; as propostas visual e social devem estar vinculadas à realidade do público (TÁVOLA *apud* MELO, 1988).

A moda serve como reflexo de comportamentos de períodos específicos, e engloba “beleza, interesses, consumismo, vaidade, dinheiro, poder, preconceitos, distinções e frustrações” (SABINO, 2007, p. 446). E o figurino de qualquer produção televisiva adequa essa moda aos propósitos de cada personagem, portanto ele não mantém-se escravo da moda, apenas a engloba quando necessário. O figurino auxilia visualmente a transmitir a história de um personagem, e suas possíveis variações, por agregar, além da roupa, penteado, maquiagem, acessórios e ornamentos. Transmitindo ao telespectador informações úteis de determinados personagens, como status social e idade, que de certa forma os identificam e delimitam. Os aspectos do figurino são presos à trama, à visão do diretor, às possíveis limitações técnicas e ao gênero televisivo, e ainda dependendo de setores distintos, porém complementares, como “as equipes de caracterização, cenografia, produção de arte, iluminação, produção, setor de efeitos especiais e todo o séquito de profissionais mobilizados para uma gravação.” (ARRUDA, 2007, pág. 15).

O propósito do figurinista é mostrar aos telespectadores quem é aquele personagem e a sua realidade, por isso ele utiliza artifícios como reformulação de diversas peças, sejam elas encontradas em brechós, confeccionadas internamente, improvisadas ou feitas por estilistas renomados, e trabalha com os indícios que àquela peça possa ter. Sempre correlacionado à harmonia estética da obra. As composições têm um significado e dialogam com o telespectador, e são incorporadas pelo ator que às vezes precisa transmitir mudanças ocorridas com o seu personagem (ARRUDA, 2007 e LEITE; GUERRA, 2002).



O papel do figurinista algumas vezes é equiparado ao do estilista pelo fato de ditar algumas tendências através das telenovelas, e por impulsionar o mercado a confeccionar ou trazer de volta algumas peças. Porém, as diferenças entre essas duas profissões são perceptíveis. Estilistas têm como ofício produzir tendências de moda e gerar lucros com elas, já figurinistas caracterizam e trajam personagens (CARNEIRO E MÜHLHAUS, 2003).

## **TEORIAS DO SIGNO E A MODA**

Uma das maneiras de compreender a roupa e sua função, em determinada situação, é tratando-a como signo linguístico carregado de significantes e significados. Diante disto, as contribuições de duas vertentes distintas sobre o signo, e pontos específicos das ciências que contribuem para a compreensão da roupa, são primordiais. São elas: a Semiótica e a Semiologia.

Santaella (2002) afirma que “a semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem”, uma comunicação não-verbal exposta através de imagens, formas, objetos, expressões e etc. A obra de Charles Sanders Peirce – pai da semiótica - possui grande valor, por isso deve-se abordar sua teoria. A essência da Semiótica, também chamada de Lógica pelo autor, foi fundamentada pela fenomenologia, uma quase-ciência que indaga todo e qualquer fato exposto à mente. A fenomenologia respalda a Estética, Ética e Lógica que são ciências normativas, visto que analisam ideias, valores e normas. A Estética explora os princípios que dominam os sentimentos; a Ética se ocupa com os conceitos que conduzem a conduta; e a Lógica ou Semiótica examina os princípios que guiam o pensamento.

Peirce (*apud* Santaella, 2002) explica que para estudar as leis do pensamento e sua evolução, deve-se compreender as situações gerais dos signos e as possíveis maneiras de transmissão e compreensão de significado de uma mente para outra. Devido à variedade de tarefas, são necessários três campos de estudo: a Gramática Especulativa, que analisa todos os tipos de signos e formas de pensamento possíveis; a Lógica Crítica explora as diversas deduções que possam se formar através de signos; e a Metodêutica ou Retórica Especulativa investiga e norteia a pesquisa científica. A moda, como forma de manifestar conceitos através de indumentária e adereços, é periódica e possui significados variados de acordo com a época em que surgiu, e quando é utilizada fora do seu cenário oriundo gera novos significados.



Castilho (2004, p. 38) equipara essa mutabilidade da moda a um *movimento cíclico aspiral ascendente*, que permite conectar o primeiro manifesto de um determinado núcleo à sua evolução e estabelecer uma interpretação. A moda, então, carrega conteúdo, assim como o corpo que manifesta-se de maneira não-verbal diariamente através gestos e sinais. E quando juntos, moda e corpo, tornam-se objeto dotado de inúmeros signos, já que é possível analisá-lo individualmente ou em grupos inseridos em determinados meios sociais, e sempre considerando o tempo e o cenário do objeto em questão.

Santaella (2002) ressalta que quando deseja-se investigar “línguas manifestadas” deve-se recorrer à Gramática Especulativa pela sua concepção de explicações e especificações do signo, onde será possível compreender o signo em Si/Representâmen (na face da significação), a partir do objeto (na face da referência) ou do interpretante (na face da interpretação).

O enfoque da análise semiótica a partir do objeto pode ser ainda mais detalhado quando relacionam-se Ícone, Índice e Símbolo às perspectivas qualitativa, singular e convencional, como aponta Santaella (2002, p. 70-71): Ícone: a ótica qualitativa diz respeito a composição do item em questão, “suas cores, linhas, volume, dimensão, textura, luminosidade, composição, forma, design etc” que compõe a primeira idealização por parte de quem observa, a primeira especulação sobre aquele item. As associações geradas podem ser abstratas - sentimentos, noções, estados ou sensações; ou feitas a partir de comparações sugeridas pelas “cores, texturas, composição e formas”; Índice: a ótica singular insere o item em um determinado momento o analisa como acontecimento. Investigando sua origem e finalidade; Símbolo: a ótica convencional diz respeito aos padrões estabelecidos dentro do contexto do item. Buscando “valores agregados” a ele, seu status e equivalência. Portanto, como afirma Santaella (2002), o ícone sugere através de associações por semelhança, o índice indica através de uma conexão de fato e o símbolo representa através de uma lei.

No que diz respeito a Semiologia fundamentada na teoria de Saussure, estão as contribuições do linguista francês Roland Barthes dentro de uma análise semiológica não-verbal (sonora e visual) do signo, e a moda, além de outros sistemas, foi objeto de estudo de Barthes. Trazendo as fundamentações de Saussure para o sistema da moda, Barthes expõe a “língua indumentária” e a “fala indumentária” diferenciadas na dicotomia paradigma/sintagma. Na condição de paradigma encontra-se a língua indumentária com as possíveis escolhas dentre os tipos de estruturas disponíveis. No



vestuário é aplicada a diferença paradigmática, que discrimina a peça de roupa a partir do estilo. Já na condição de sintagma está a fala indumentária que considera o conjunto e a ordem do todo. No vestuário há a diferença sintagmática, que engloba peças diferentes e sua ordem na composição (ALMEIRA, 2011, p.148).

Barnand (2003) no livro *Moda e Comunicação* ilustra essa diferenciação usando a figura abaixo e apontando que “a diferença paradigmática é a diferença entre os estilos de colarinho que pode aparecer numa camisa de homem” e “a diferença sintagmática é a diferença entre as partes constituintes da roupa”. Uma segunda formulação apresentada por Barthes, e considerável para o sistema da moda, é o princípio da denotação e conotação. O sentido denotacional do signo é definido pelo dicionário e seu significado é único entre indivíduos de uma mesma cultura. O sentido conotativo surge das inúmeras perspectivas do sentido denotacional, variando entre indivíduos. Assim, não existe um significado único, e sim, possíveis interpretações de textos e imagens (ALMEIRA, 2011 e BARNAND, 2003).

Seguindo as contribuições de Barthes, Alison Laurie (1997) no livro *A Linguagem das Roupas* aprofundou-se e sugeriu um vocabulário para a moda e a maneira de vestir-se, ressaltando que sua perspectiva não é única, pois a compreensão é diferente em culturas e povos distintos. Além de peças de roupas, o vocabulário inclui “estilos de cabelos, acessórios, jóias, maquiagem e decoração do corpo” que são “palavras” e juntos criam “frases” que exprimem significado (LAURIE, 1997, p. 20).

Neste estudo serão considerados cinco classificações de “palavras”: (i) Palavras Arcaicas; (ii) Palavras Estrangeiras; (iii) Gírias; (iv) Palavras Vulgares e (vi) Adjetivos e Advérbios: O estilo decorado da roupa (LAURIE, 1997, p. 21-26).

## **ANÁLISES DE TENDÊNCIAS**

Afim de agregar contribuições semióticas e semiológicas para a compreensão da linguagem presente em telenovelas da TV Globo, foram selecionadas cinco cenas de novelas reproduzidas entre os anos de 2010 e 2014, que apresentam peças desejadas pelos telespectadores. Aspectos da linguagem semiótica são explorados mediante a situação e o personagem que porta a peça, e aspectos da linguagem semiológicas servem para compreensão da roupa.

2010: na novela *Passione* (2010) as composições elegantes com silhueta ajustada foram destaque durante a segunda fase da personagem Clara, interpretada pela atriz

Mariana Ximenes. Dentre as peças que despertaram desejo do telespectador estão: vestidos de seda, calças e saias de alfaiataria, *trenchcoat* e blusas decotadas.

Na cena em análise, a personagem Clara veste um *trenchcoat*, peça que remete elegância e respeito por ter sido vastamente associada aos astros de Hollywood durante a Era de Ouro (1930 a 1940), e a escolha da cor vermelha transmite autoconfiança. Caracterizando a presença de signos simbólicos. A existência de índices dá-se pelo porte da personagem, que sugere delicadeza e requinte.



**Figura 1** - Cena da novela *Passione* (2010)  
Disponível em: <http://img02.portaisdamoda.com.br/gal19/40694ndm2.jpg>  
Acesso em: Maio de 2015

**Tabela 1** - Análise Semiológica (*Trenchcoat*)

Paradigma	Casaco de trincheira da I Guerra, casaco de trincheira feito de plástico transparente
Sintagma	Trenchcoat + vestido + acessórios + sapato; Trenchcoat + blusa + jeans + acessórios + sapato; Trenchcoat + camisa + calça de alfaiataria + acessórios + sapato.
Sent. Denotativo	Casaco oitocentista em estilo militar, com dragonas e uma pala dupla nos ombros. No século XX, a versão civil do casaco de soldado da Primeira Guerra Mundial tornou-se conhecida como <i>trenchcoat</i> . Feito de lã leve ou misturada com algodão, é usado como capa de chuva ou sobretudo.
Sent. Conotativo	Palavra Arcaica, carregada de erudição ou inteligência. Considerada Romântica por ser usada 100 anos depois de seu tempo.

Fonte: Autoria própria. Dados: CALLAN (2010); AFLALO (2013); LAURIE (1997); LAYER apud LAURIE (1997)

2011: A novela *Aquele Beijo* (2011) traz a personagem Claudia, interpretada pela atriz Giovanna Antonelli, como uma mulher jovial e moderna que utiliza peças



versáteis: vestidos com estampa de lenço, *chemisiers* (vestidos amplos e leves inspirados na camisaria masculina) e echarpes.

O taxi ao fundo e a mala com *tag* de alguma companhia aérea sugerem que a personagem chegou de uma viagem, e os seus gestos propõem inquietude e preocupação o que pode indicar sua chegada a uma cidade desconhecida. O vestido, com aspecto de praticidade, e a echarpe transmitem a ideia de uma mulher aventureira e corajosa. Portanto, há predomínio de signos indiciais e icônicos.



**Figura 2** - Cena da novela *Aquele Beijo* (2011)

**Disponível em:** <http://novelafashionweek.com.br/site/wp-content/uploads/2011/10/TV-Globo-Estevam-Avellar.jpg>

**Acesso em:** Maio de 2015

**Tabela 2** - Análise Semiológica (Vestido Chemisier)

Paradigma	Vestido coquetel, de baile, de crochê, de noiva, envelope, em linha A, regata, saco, sereia, smoking, império, tubinho, trapézio.
Sintagma	Vestido + acessórios + sapato; Vestido + lenço + acessórios + sapato; Vestido + meia-calça + acessórios + sapato;
Sent. Denotativo	No início do século XX, a forma da camisa íntima foi adaptada por muitos estilistas. Chanel foi uma das primeiras a criar vestidos <i>chemisier</i> : peças simples, soltas, com manga comprida e um cinto amarrado sob o busto, na cintura ou em volta dos quadris. Lavin, Paquin e Worth, C. F. também criaram vestidos <i>chemisier</i> . Na década de 50, um vestido solto baseado na camisa íntima apareceu nas coleções de Balenciaga.
Sent. Conotativo	Gíria, palavra carregada de descontração e informalidade.

**Fonte:** Autoria própria. Dados: CALLAN (2010); AFLALO (2013); LAURIE (1997).

2012: O destaque da novela *Salve Jorge* (2012) é o estilo da delegada Heloísa, interpretada também pela atriz Giovana Antonelli - que mistura glamour e extravagância: peças lisas ou com estampas de animais, calças pantalonas, flare, jeans com cós alto, blusas em tecidos leves e camisas com decote “V”, sobreposição de acessórios, cintos e bolsas grandes.

A caracterização da personagem Heloísa - cabelos volumosos, e o figurino - blusa com decote profundo, calça com corte largo e acessórios evidentes, transmitem segurança e determinação, além da estampa da calça, que remete à pele animal. Estes signos são icônicos por terem alguma semelhança com o objeto representado e por despertarem associações.



**Figura 3** - Cena da novela *Salve Jorge* (2012)  
**Disponível em:** [http://s.glbimg.com/et/nv/f/original/2013/01/09/helo\\_-\\_mustafa.jpg](http://s.glbimg.com/et/nv/f/original/2013/01/09/helo_-_mustafa.jpg)  
**Acesso em:** Maio de 2015

**Tabela 3** - Análise Semiológica (Calça Pantalona)

Paradigma	Calça boca de sino, cenoura, cigarrete, de cintura alta, de marinheiro, baggy, reta, flare.
Sintagma	Blusa + calça + sapato + acessórios; Blusa + blazer + calça + sapato + acessórios; Blusa + lenço + calça + sapato + acessórios.
Sent. Denotativo	Calça que possui a barra bem larga e começa a se ajustar nas coxas. É elegante e favorece as mulheres altas e magras. Popularizou-se na década de 1970, quando era uma das mais usadas tanto por mulheres quanto por homens.
Sent. Conotativo	Palavra Arcaica, carregada de erudição ou inteligência. Considerada Curiosa por ser usada 45 anos depois de seu tempo.

**Fonte:** Autoria própria. Dados: CATELLANI (2003); LAURIE (1997); AFLALO (2013); LAVER apud LAURIE (1997)

2013: A fase mais refinada da personagem Paloma, interpretada pela atriz Paolla Oliveira, em *Amor à Vida* (2013) mostra uma mulher madura e bem sucedida com o estilo *boho-chic* (uma combinação de peças *hippies* e itens sofisticados). Seu figurino é composto por: calças flare, vestidos e saias longas, e blusas com detalhes em tule.

O vestido longo e com estampa floral da personagem aparenta leveza e suavidade, podendo ser analisado como ícone. A postura sobre a mesa de escritório sugere controle e liderança e está ligada ao caráter indicial do signo.



**Figura 4** - Cena da novela *Amor à Vida* (2013)  
**Fonte:** *Print screen* do capítulo 186 exibido em 21/03/2013

**Tabela 4** - Análise Semiológica (Vestido Império)

Paradigma	Vestido coquetel, de baile, de crochê, de noiva, envelope, em linha A, regata, saco, sereia, smoking, tubinho, trapézio.
Sintagma	Vestido + acessórios + sapato; Vestido + lenço + acessórios + sapato; Vestido + meia-calça + acessórios + sapato;
Sent. Denotativo	O vestido império tem comprimento até o chão, com cintura logo abaixo do busto e uma saia no estilo coluna, com aparência esguia e um caimento rente ao corpo.
Sent. Conotativo	Palavra Arcaica, carregada de erudição ou inteligência. Considerada Romântica por ser usada 100 anos depois de seu tempo

**Fonte:** Autoria própria. Dados: STALDER (2009) AFLALO (2013); LAURIE (1997); LAVER apud LAURIE (1997)

2014: No início da trama a personagem Clara, da novela *Em Família* (2014), interpretada pela atriz Giovanna Antonelli optou por peças mais confortáveis e largas, vestidos longos, jardineiras e há o predomínio de tons de azul. Entretanto, em uma nova fase da personagem o figurino passa a ser mais refinado e moderno, já que Clara torna-

se mais vaidosa. As novas composições trazem blazers, vestidos decotados e mais justos, calças skinny e tons mais sóbrios. O *bodysuit* foi um dos itens de vestuário que acompanhou as mudanças da personagem e se manteve presente.

A composição de calça jeans, *bodysuit* estampado e bolsa com franja geram um aspecto de informalidade e simplicidade, juntamente à postura e o cabelo preso da personagem que suportam signos indiciais. A bolsa com franja é característica do estilo *country*, o que ressalta um signo simbólico.



**Figura 5** - Cena da novela Em Família (2014)

Disponível em: [http://s.glbimg.com/et/nv/f/original/2014/03/26/clara\\_1.jpg](http://s.glbimg.com/et/nv/f/original/2014/03/26/clara_1.jpg)

Acesso em: Maio de 2015

**Tabela 5** - Análise Semiológica (Bodysuit)

Paradigma	Bodysuit com recortes, doctes mais ou menos profundos, costas abertas ou fechada, liso ou estampado.
Sintagma	Bodysuit + calça + acessórios + sapato; Bodysuit + saia longa + acessórios + sapato; Caftã + bodysuit + calça + acessórios + sapato.
Sent. Denotativo	Macacão justo, em geral de mangas compridas, fechado com zíper ou botões na frente, desde o umbigo até o pescoço. Foi popular na década de 60 e deve seu nome ao fato de ser feito de tecidos colantes. Os <i>catsuits</i> costumavam ser usados com botas. Também conhecido como <i>body</i> , “corpo” em inglês.
Sent. Conotativo	Gíria, palavra carregada de descontração e informalidade.

Fonte: Autoria própria. Dados: CALLAN (2010); AFLALO (2013); LAURIE (1997);

Nas cenas analisadas anteriormente, nota-se a presença de signos variados: ora expressando similaridade com o objeto, ora sugerindo através atitudes corporais, ora se colocando através de convenções. Estes arranjos são utilizados para persuadir as



espectadoras a assumirem comportamentos parecidos, consumindo as tendências ali criadas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo principal deste trabalho foi o de investigar os significados internos de algumas tendências e como estes podem reverberar externamente. Nota-se, portanto, que a combinação moda e telenovela é bastante eficiente no que tange a popularização de tendências, de comportamentos de consumo de moda. As tendências de moda surgidas nas telenovelas assumem uma dimensão expressiva muito contundente por conta do amplo alcance da televisão enquanto mídia de massa. Além disso, o formato telenovela no Brasil tem um impacto sociocultural relevante, influenciando comportamentos de consumo dos mais variados.

Nestas análises observa-se a necessidade da compreensão do contexto sociocultural do público que assiste às novelas para que a percepção dos signos através de repetições e combinações sejam realizadas. Os signos são utilizados para chamar a atenção do público, conseqüentemente fazendo com que estes indivíduos se identifiquem ou despertem o desejo de possuir aquelas peças tentando conquistar também o status, a beleza, a sensualidade, entre outras representações sugeridas através desta narrativa.

A qualidade comunicativa que a moda possui leva à construção de identidades individuais e coletivas que ganham visibilidade social. A forma de vestir comunica sentimentos, atitudes, ideologias. As personagens escolhidas para as análises são representações da mulheres modernas, independentes, fortes, que não perderam a sensualidade, a doçura e a feminilidade. A construção destas imagens são reforçadas pelas roupas que as caracterizam e, assim, despertam o interesse das telespectadoras que almejam as mesmas qualidades transmitidas por elas. A roupa é um signo que está carregado implicitamente de significados fortes, principalmente quando é veiculada através das mídias de massa.



## REFERÊNCIAS

AFLALO, D. **Dicionário de termos de moda: mais de 3.000 verbetes para entender o mundo fashion: inglês-português/português-inglês**. São Paulo: Publifolha, 2003.

ALMEIRA, C. C. de. **Elementos de linguística e semiologia na organização da informação**. 1.ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

ARRUDA, L. **Entre Tramas, Rendas e Fuxicos: o Figurino na Teledramaturgia da TV Globo**. São Paulo: Globo, 2007.

BARNARD, M. **Moda e comunicação**. Tradução Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

CALLAN, G. O. **Enciclopédia da moda de 1840 à década de 90**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARNEIRO, M; MÜHLHAUS, C. **Marília Carneiro no camarim das oito**. Rio de Janeiro: Aeroplano: Senac-Rio, 2003.

CASTILHO, K. **Moda e Linguagem**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

CATELLANI, M. **Moda ilustrada de A a Z**. São Paulo: Manole, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2003.

LEITE, A.; GUERRA, L. **Figurino uma Experiência na Televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LURIE, A. **A Linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

MELO, J. M. **As telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo, Summs, 1988.

SABINO, M. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. 2. Reimpr. da 1ª ed. de 2002. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

\_\_\_\_\_. **O Que é Semiótica**. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SIFUENTES, L. **Personagem de novela ou mulher da vida real?**. Revista Contracampo, Niterói, n. 20, 2009.

STALDER, E. **Moda: um curso prático e essencial**. São Paulo: Marco Zero, 2009.