



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

RENATA CRISTINA FERREIRA

**A MODA DAS TELENOVELAS: SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO
DOS CONSUMIDORES.**

**Assis/SP
2017**



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

RENATA CRISTINA FERREIRA

**A MODA DAS TELENOVELAS: SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO
DOS CONSUMIDORES.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social e Publicidade e Propaganda do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientanda: Renata Cristina Ferreira

Orientadora: Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

**Assis-SP
2017**

FICHA CATALOGRÁFICA

FERREIRA, Renata Cristina.

A moda das telenovelas: sua influência no comportamento dos consumidores/
Renata Cristina Ferreira. Fundação Educacional do Município de Assis –FEMA – Assis,
2017.

33 páginas

1. Influência das telenovelas 2. Consumo 3. Moda

CDD:
Biblioteca da FEMA

A MODA DAS TELENOVELAS: SUA INFLUÊNCIA NO COMPORTAMENTO DOS CONSUMIDORES.

RENATA CRISTINA FERREIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientadora: Danielle Cristina Ferrarezi Barboza

Examinadora: Maria Beatriz Alonso Do Nascimento

RESUMO

Este trabalho visa mostrar a relação entre a telenovela e o impacto que a mesma exerce, influenciando no cotidiano de muitos lares brasileiros, os personagens presentes na mídia televisiva podem ser comparados a uma vitrine, onde os telespectadores tem como desejo se espelham nos personagens. O estudo tem como objetivo investigar as influências da telenovela no comportamento dos consumidores, trançando desde o personagem até o telespectador. É importante que os consumidores estejam cientes de que estão utilizando determinada roupa ou produto através de influências, que podem ser perceptivas ou não. Nas telenovelas, por exemplo, existem vários personagens, que utilizam modelos distintos de roupas, ou seja, cada consumidor tem uma personalidade, e assim, passa a ter mais opções de identificação com os personagens. Os métodos de pesquisa foram realizados através de redes sociais da pesquisadora e os resultados alcançados foram satisfatórios. E também através de uma análise sobre três personagens da atriz Giovanna Antonelli. Tendo como conclusão de que as telespectadoras entrevistadas têm consciência que ocorre o consumo a partir das telenovelas, concluindo então que há influencia na moda através de personagens, espelhando então no cotidiano do público.

Palavras-chaves: 1. Influência das telenovelas 2. Consumo 5. Moda

ABSTRACT

This work aims to show the relationship between the soap operas and the impact that it exerts, influencing the daily life of many Brazilian homes, the characters present in the television media can be compared to a showcase, where the viewers have the desire to mirror the characters. The study aims to investigate the influences of the soap operas on the behavior of consumers, braiding from the character to the viewer. It is important that consumers are aware that they are using a particular clothing or product through influences, where they may be perceptive or not. In soap operas, for example, there are several characters, where they use different models of clothes, that is, each consumer has a personality, and thus, has more options of identification with the characters. The research methods were carried out through the social networks of the researcher and the results achieved were satisfactory, having as conclusion that the viewers interviewed are aware that consumption occurs from the soap operas, concluding that there is influence in fashion through characters, mirroring then in the public's daily life.

Keywords: 1. Soap operas 2. Influence. 3. Characters. Showcases. 4. Consumption. 5. Fashion.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 TELENOVELA E O TELESPECTADOR.....	10
2.1 A TELEVISÃO.....	10
2.2 A TELENOVELA.....	10
2.3 A RELAÇÃO ENTRE A TELENOVELA E O TELESPECTADOR.....	11
2.4 O CONSUMO INFLUENCIADO PELAS TELENOVELAS.....	12
3. PERSONAGEM VITRINE.....	14
3.1 PERSONAGEM.....	14
3.2 PERSONAGEM COMO VITRINE.....	15
4. MÍDIA E MODA.....	17
5. TELENOVELAS QUE FORAM TENDENCIA DE MODA.....	19
6. ANÁLISE DOS PERSONAGENS DA ATRIZ GIOVANNA ANTONELLI.....	24
7. PESQUISA DE CAMPO SOBRE O CONSUMO INFLUENCIADO PELA TELENOVELA.....	29
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS.....	33
APENDICE A: QUESTIONÁRIO.....	36

1 INTRODUÇÃO

Conhecer o comportamento do consumidor é uma das tarefas da publicidade, afinal, sabendo a maneira como os consumidores se comportam, são criadas campanhas que podem influenciar eficazmente o comportamento de compra desses.

Sabe-se que muitos são os fatores que influenciam o comportamento de compra e que cada pessoa é influenciada de maneira diferente.

A televisão e suas telenovelas estão cada dia mais dentro das casas dos consumidores, e a utilização deste meio de comunicação para influenciar o consumo é essencial para a publicidade.

Este trabalho tem o intuito de mostrar a relação entre a moda apresentada nas novelas e a moda seguida pelos telespectadores, buscando compreender se a maneira como ocorre a representação das personagens vitrines nas telenovelas, é a mesma maneira da vitrine humana, nas consumidoras.

Sendo assim, este trabalho apresenta várias questões que envolvem o consumo através das novelas, principalmente as roupas e objetos pelos quais os personagens utilizam ao decorrer da trama, e com isso, será possível observar que é algo momentâneo que tem pequeno período de durabilidade o consumo de tais produtos já que ocorre uma novela após ou outra e com ela novos personagens.

Muitas vezes o consumidor não tem preferência para certos produtos e logo após vê-lo com determinado ator em alguma novela passa a ter vontade de adquirir, pelo fato de se identificar com o personagem ou até mesmo por observar que a sociedade está utilizando. Diante disso, surge a seguinte questão de pesquisa: qual a influência das telenovelas na moda e no consumo?

Portanto, o objetivo geral deste trabalho é analisar a influência das telenovelas na moda e no comportamento dos consumidores e os objetivos específicos são: detalhar como as telenovelas transformam os personagens em manequins humanos e mostrar o que leva os consumidores a seguir a moda apresentada pelas telenovelas.

Afinal, é importante que os consumidores estejam cientes de que estão utilizando determinada roupa ou produto através de influências, onde podem ser perceptivas ou

não. Nas telenovelas, por exemplo, existem vários personagens, onde utilizam modelos distintos de roupas, ou seja, cada consumidor tem uma personalidade, e assim, passa a ter mais opções de identificação com os personagens.

Para isso, este trabalho se estrutura da seguinte forma. No capítulo um temos a introdução; no capítulo 2 os conceitos e relações de Telenovela e telespectadores; no capítulo 3 o personagem como vitrine da moda; no capítulo 4 o consumo influenciado pelas telenovelas; o capítulo 5 aborda sobre a mídia e moda; no capítulo 6 apresenta as telenovelas que foram tendências na moda; no capítulo 7 a análise de personagens da atriz Giovanna Antonelli e no capítulo 8 a pesquisa sobre o consumo influenciado pela telenovela.

2 TELENOVELA E O TELESPECTADOR

Este capítulo trata sobre a história da televisão e das telenovelas, e a relação das telenovelas e o espectador.

2.1 A TELEVISÃO

Segundo informações do artigo “Tupi: a história completa da TV pioneira” de Fernando Morgato (2008), a televisão brasileira teve início em setembro de 1950, pela TV Tupi de São Paulo, inaugurada pelo pioneiro da comunicação no Brasil, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Foi ao ar um ano após a inauguração da tv, a primeira telenovela brasileira chamada “Sua vida me pertence”, escrita por Walter Foster, eram transmitidos dois capítulos por semana. Esta novela foi o cenário para o primeiro beijo da televisão, pelo qual ocorreu no último capítulo entre os protagonistas, interpretados pelos atores Vida Alves e Walter Foster.

A televisão em si tem grande influência na sociedade e assim por meio da mesma muitas coisas acabam sendo padronizadas. De acordo com os autores Bucci e Kehl (2004, p. 15) “a televisão, acima de todas as outras mídias, ocupa o lugar de grande produtora de mitos e parece estar ali só para dar razão a Barthes”.

A presença da televisão é algo normal na maioria dos lares brasileiros, independente da classe social ou idade e as influências são constantes na população que assiste aos programas e principalmente as telenovelas.

2.2 A TELENOVELA

A telenovela vem a ser uma obra onde há acontecimentos de fatos pelos quais incluem personagens, é dividida em capítulos e são transmitidas em um horário específico.

É uma obra aberta de acordo com Mattos (2008), ou seja, as histórias a serem narradas são escritas conforme o andamento dos capítulos e a receptividade do público. Os

personagens são planejados para uma participação específica, mas sua permanência na trama e a maneira como será incluído na história, dependerá de como o telespectador avaliar, ou seja, de forma positiva ou negativa.

A partir do início do século XXI as emissoras de TV passaram a discutir temas polêmicos nas telenovelas, causando comoção e reflexão, como também passaram a incluir o *merchandising* nas cenas (MATTOS, 2008).

Assistir as telenovelas é um divertimento e uma distração, mas vai além disso, é uma forma de “contribuição cultural para a sociedade, uma vez que suas temáticas levam à reflexão, ao mesmo tempo que educam e entretêm” (MATTOS, 2008, p. 13).

Porém para a telenovela chegar aonde chegou precisou passar por diversas transformações e uso de tecnologias com o passar do tempo e assim se aperfeiçoar cada vez mais.

Desde seu surgimento, a telenovela passou por diversas alterações. No início, eram exibidos apenas dois capítulos semanais, posteriormente, passou a ter transmissão diariamente, sendo destinada a determinados públicos conforme o horário de exibição.

Horário das seis mais destinados para os adolescentes, donas de casa, com adaptações da literatura romântica. Horário das sete, ainda que os adolescentes, as donas de casa e eventualmente para a mulher que trabalha fora com histórias leves, românticas e temperadas com algum humor. Horário das oito, dirigido para uma mulher madura, para o marido, para a célula familiar em geral, com histórias que enfoquem o dia a dia, os problemas familiares. (CAMPEDELLI, 1987, p.38).

Existem muitos adeptos das telenovelas, como também existem aqueles que acham que as telenovelas estão influenciando negativamente o comportamento das pessoas.

2.3 A RELAÇÃO ENTRE A TELENVELA E O TELESPECTADOR

Assistir às telenovelas se tornou um hábito na vida dos brasileiros, pois, é algo que se faz presente na maioria dos casos.

Segundo Mattos (2008) as telenovelas, por meio das representações sociais, criam com o público que as assiste, uma identificação e acaba nutrindo o imaginário, determinando atitudes e valores.

A maneira pela qual o telespectador se identifica com os personagens, faz com que a relação da telenovela com o telespectador passe da ficção para a realidade. Pode-se dizer que a telenovela esta presente não apenas nos momentos de transmissão, mas também em qualquer horário do dia, ou seja, quando se comenta sobre o capítulo que foi exibido, quem matou o vilão, ou até mesmo quando se pesquisa sobre o que irá ocorrer no próximo capítulo. (MATTOS, 2008)

O último capítulo de uma novela, então, pode ser assistido até por aqueles que não acompanharam um dia se quer da trama, devido aos comentários e expectativas daqueles que querem ver o desfecho das histórias.

A telenovela exerce um papel de fundamental importância na representação da sociedade brasileira no meio televisivo, pois diz respeito à capacidade artística de tornar presente, através de formas e figuras, um mundo real ou possível, da experiência direta e concreta ou da fantasia, do delírio ou da intimidade mais idiossincrática (ROCHA; ALBUQUERQUE, 2006, p. 5).

Porém, essa relação do telespectador com as telenovelas, essa influência, não ocorre só das telenovelas para o público. O inverso também ocorre, pois, como apresentado, por ser uma obra aberta, o que o público pensa sobre o que está ocorrendo e influencia no destino dos personagens e dos temas abordados. Se o telespectador gostou de um bordão (expressão usada repetidamente por um personagem), por exemplo, aquele bordão é repetido com mais intensidade (MATTOS, 2008).

Assim, o que os personagens falam, usam e a maneira como se comportam, influenciam constantemente as pessoas que os assistem.

2.4 O CONSUMO INFLUENCIADO PELAS TELENÓVELAS

A televisão, em destaque a telenovela, é uma grande influenciadora do modismo, e assim novas novelas são estreadas e com elas surge a moda e conseqüentemente o consumo.

Se uma pessoa admira as qualidades de alguém ou de um grupo, tentará imitar essas qualidades copiando o comportamento do referente (por exemplo, escolha de roupas, carros, atividades de lazer) como um guia para a formação de preferências de consumo. Pessoas destacadas em qualquer tipo de atividade podem afetar o comportamento de consumo de outras pessoas. (SOLOMON, 2006, p. 262).

Silverstone (2002) relata no capítulo sobre Consumo que “nós compramos em consequência do que vemos e ouvimos na mídia”. Esse consumo da mídia pode ocorrer por meio de propagandas, novelas, programas, telejornais, ou seja, o que passa na mídia facilita o consumo.

A moda é um fenômeno social, de caráter temporário, que descreve a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, pelo mercado consumidor, até a sua massificação e consequente obsolescência como diferenciador social. (TREPTOW, 2003, p. 26).

O tempo todo, os telespectadores estão em contato com a mídia e com isso vêm as propagandas de televisão que muitas vezes são feitas por atores de telenovelas, fazendo com que estimule ainda mais o consumo de quem está assistindo, forçando o pensamento de que o ator favorito utiliza determinado produto, fazendo assim com que a pessoa queira utilizar também.

3. PERSONAGEM VITRINE

Nesta parte da pesquisa, é possível que haja a comparação dos personagens das telenovelas como manequins humanos, onde a imagem transmitida vem a ser como vitrines aos olhos dos telespectadores. Com isso, é possível analisar questões desde o personagem até o impacto que causa no telespectador.

3.1 PERSONAGEM

Os personagens das telenovelas representam, em sua maioria, as pessoas em seu cotidiano. Mesmo quando o enredo trata de algo fora da realidade, como situações futuras e fantasiosas, ainda assim, representam sonhos e desejos, ou até angústias e medos dos telespectadores.

Se quisermos saber alguma coisa a respeito dos personagens, teremos de encarar frente a frente a construção do texto, a maneira que o autor encontrou para dar forma às suas criaturas, e aí pinçar a independência, a autonomia e a "vida" desses seres de ficção. (BRAIT. 1998, p.11)

Brait explica em "o sistema da moda" na página 61 que a condução da narrativa por um narrador em primeira pessoa implica, necessariamente, a sua condição de personagem envolvida com os "acontecimentos" que estão sendo narrados. Por esse processo, os recursos selecionados pelo escritor para descrever, definir, construir os seres fictícios que dão impressão de vida chegam diretamente ao leitor através de uma personagem. Ou seja, é necessário que haja a presença dos personagens, onde cada um tem a sua própria identidade.

O autor deve saber tudo o que se espera de cada personagem, a roupa, acessórios, características físicas, modo de falar etc. O personagem chama a atenção pelo aspecto físico, o visual. Para Pallottini (1989, p.5), "a aparência física do personagem pode ser, ou

não, muito detalhada. Isso vai depender da proposta do dramaturgo, é algo definida pelo sexo, idade, cor e modo de se vestir do ator”.

Na maioria das vezes ocorre a identificação do telespectador com a situação ocorrida nas novelas e com os personagens, se assemelhando então com a vida real, assim facilita a aceitação do público com a novela.

3.2 PERSONAGEM COMO VITRINE

Segundo Moraes (2008) os telespectadores querem se transformar nos personagens. E com esse desejo, eles passam a se comportar como os personagens que mais se identificam.

Esses mesmos leitores que acreditam separar com clareza a vida da ficção, mesmo que muitas vezes apreciem mais a ficção que a vida, teriam algumas dificuldades para negar que já se surpreenderam chorando diante da morte de uma personagem. (BRAIT, 2006, p. 9)

Os telespectadores conseqüentemente se tornam consumidores, já que os personagens que admiram, são como vitrines aos olhos de quem está assistindo às telenovelas, fazendo com que queiram cada vez mais se tornar parecidos com o personagem, além disso, na grande maioria das vezes as roupas e acessórios utilizados por eles, estão disponíveis nas lojas logo após alguns capítulos nas, e até mesmo no site das novelas.

Já abordava Mcluhan (1969, p54)

Todos os meios agem sobre nós de modo total. Eles são tão penetrantes que suas conseqüências pessoais, política, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, ética e sociais não deixam qualquer fração de nós mesmos inatingida, intocada ou inalterada. O meio é a mensagem. Toda compreensão das mudanças sociais e culturais é impossível sem o conhecimento do modo de atuar dos meios como ambiente.

Se comparar as telenovelas com uma loja, a tela passa a ser a vitrine e os personagens são como manequins, e é claro, os telespectadores vêm a ser os consumidores, admirando e querendo que aquela roupa estivesse em seu guarda-roupa.

Compreende-se então, que a moda está presente nos personagens para melhor defini-los e assim posteriormente na maioria das vezes virar tendência forçando o consumo.

Bauman (2004) afirma que as pessoas buscam o consumo a fim de adquirir uma felicidade verdadeira, ou seja, as pessoas acham que seriam mais felizes se fossem o personagem, e mesmo sabendo que é algo fictício, tentam se parecer com o mesmo.

O acontecimento dos telespectadores se aproximarem ao personagem se dá pelo fato de que as pessoas não nascem com uma identidade formada, ela se constrói com o tempo, e assim vão capturando através de coisas que há agradam.

Segundo Sarlo (1997) os consumidores precisam de objetos para definir suas identidades, até porque hoje o mercado pode tanto quanto a religião ou o poder. Esses objetos é que auxiliam os consumidores a determinarem suas identidades, e assim acabam comprando também uma personalidade e um estilo de vida.

4. MÍDIA E MODA

A moda é uma palavra vinda do latim *modus*, significa modo, maneira. Entre todas as áreas do conhecimento, a moda tem chamado atenção de muitas áreas de pesquisa ultimamente. É uma fonte inesgotável de novidades que estimula os desejos e, há muito tempo, deixou de ser sinônimo de glamour para se tornar um fenômeno social e de grande importância econômica, além de ditar comportamentos e tendências. (FEGHALI, 2001, p. 6)

Vem a ser algo que muda constantemente, basta mudar a estação do ano, que ela já se modifica, e cada ano vem a ser algo diferente.

A maioria das pessoas busca estar na moda, acompanha as tendências e assim ocorre o aumento de consumo de tudo ligado a mesma. Tais tendências acabam surgindo em telenovelas, já que envolve muitas pessoas que assistem.

Crane denomina como “moda de consumo”, aquela que reflete a forma como o indivíduo é e quer ser visto pelos outros e como se conecta com esse outro dentro da sociedade contemporânea: “a moda de consumo implica a existência de um tipo específico de identidade social entre os que aderem a ela” (CRANE, 2008, p. 167).

O vestuário de moda é considerado como a expressão de valores individuais e sociais predominantes em período de tempo determinado. É visto como forma de expressão da personalidade, extensão visível e tangível da identidade e dos sentimentos individuais. É forma de comunicação não verbalizada, estabelecida por meio das impressões causadas pela aparência pessoal de cada um (CRANE, 2007, p. 2-3).

Cada ano que passa surge uma nova novela e com isso uma nova moda. Torna-se algo comum ver as roupas que as personagens estão utilizando presentes nas vitrines das lojas pela cidade.

Devido ao alcance que tem a televisão, pelo fato de que ela está presente na casa da maioria dos brasileiros independente da classe social, ela se torna o meio mais fácil de

atingir os telespectadores. Segundo uma pesquisa realizada pelo IBGE sobre estatísticas de domicílio brasileiro, até 2015 97,1% da população possuíam pelo menos um aparelho de tv.

A grande influência está na moda, já que na hora de se vestir, o telespectador sempre quer usar o que o personagem da novela utiliza.

O público alvo principal nesse meio de consumo, de relação com a moda, são as mulheres, já que as tendências femininas vão desde os cabelos, até os sapatos.

5. TELENVELAS QUE FORAM TENDENCIA DE MODA

Nesse capítulo serão apresentados alguns personagens de telenovelas que influenciaram a moda ao longo dos anos. Começando pela primeira novela que se tem relatos na internet sobre a influência na moda, *Dancin Days*, cuja a protagonista era Sonia Braga no papel de Júlia.



Figura 1: Personagem Júlia da Novela *Dancing Days* em 1979.

Fonte: Revista *Quem Acontece*, 2007

A novela *Dancing Days* foi exibida pela Rede Globo em 1979 e uma das tendências segundo o site *Novela Fashion Week* (2014) o figurino despojado da personagem Julia (Sonia Braga) era uma mistura de calça de cetim, sandália colorida e meia de lurex. “o estilo ‘disco’, as peças coloridas e vibrantes, e os tecido sintéticos, ganharam espaço no período”, as peças além de serem coloridas e divertidas, traziam a rebeldia que os jovens da época representavam (MESCLADA, 2005).

Em 1985, a novela que teve recordes de audiência e que foi influência na moda com os personagens de Lima Duarte e Regina Duarte foi a *Roque Santeiro* (TEXTIL, 2016).



Figura 2: Personagens Sinhozinho Malta, Viúva Porcina e Roque Santeiro em 1985.
(Fonte: Na Textil, 2016).

A viúva Porcina popularizou os turbantes, os brilhos exagerados e as bijuterias com cores vivas (NA TEXTIL, 2016), até sua maquiagem bastante carregada fez sucesso; já Sinhozinho Malta influenciou com seu estilo brega, com os braços cheios de pulseiras e um relógio que vivia sacudindo e fazendo barulhos, com chapéus no estilo caubói e colares de couro (R7 TV, 2010).

Em 1989, foi a vez da novela Top Model influenciar a moda. A composição de bolero com decotes trouxe a ousadia que a década de 1990 queria transmitir.



Figura 3: Personagem Duda na Novela Top Model em 1989.

(Fonte: Canal Viva, 2012)

O site do Canal Viva (2012) descreve o figurino da personagem Duda da novela Top Model (1989) que era inovador com estilo próprio. Ela utilizava jaquetas jeans e brincos grandes que foram alguns dos sucessos.

Contrastando as cores dos personagens influenciadores da moda até então, surge em 1991 a novela Vamp com as cores sombrias dos vampiros, como preto, roxo, vinho. Acessórios como crucifixos e esmaltes escuros fizeram a cabeça dos adolescentes na época (CAMPOS, 2013).

De acordo com o site do Canal Viva (2012), uma das personagens mais marcantes foi a vampira roqueira Natasha, personagem de Cláudia Ohana. Ela usava roupas muito sensuais, na maioria das vezes em tons escuros de veludo, cotton-lycra e vinil. A pele bem clara e batom vermelho. Como mostra a figura a seguir.



Figura 4: Personagem Natasha da Novela Vamp em 1991.

(Fonte: Canal Viva, 2012).

Em 1994, a telenovela que influenciou a moda foi Quatro por quatro, com a personagem Babalu interpretada por Leticia Spiller (MESCLADA, 2005). Seu figurino é apresentado na figura a seguir. De acordo com o site Canal Viva (2012) a personagem fez sucesso com as miniblusas e os shorts curtos. Nos pés nota-se as meias coloridas com sandálias como na novela Dancing Days citada anteriormente.

As presilhas de girassol também foram destaques e fez sucesso na moda (MESCLADA, 2005).



Figura 5: Personagem Babalu da Novela Quatro por Quatro em 1994.

(Fonte: Revista Canal Viva, 2012)

Muitos outros personagens influenciaram ao longo dos anos em que as telenovelas passaram a ser veiculadas. Pode-se citar também a personagem Maya interpretada por Juliana Paes em Caminho das Índias, que foi influência, principalmente nos acessórios e maquiagem. Enfim, pode-se dizer que os personagens são vitrines para os consumidores, influenciando a moda e o comportamento dos telespectadores. Bem como, a maneira como os telespectadores reagem ao estilo dos personagens dá ênfase ao figurino ou causa mudanças no mesmo.

6. ANÁLISE SOBRE PERSONAGENS DA ATRIZ GIOVANNA ANTONELLI

A pesquisa realizada é de natureza básica, de abordagem qualitativa, ou seja, visando compreender o objetivo principal através de poucos entrevistados e de objetivos descritivos tendo informações presentes como; sexo e idade e exploratório com informações de pessoas que assistem telenovelas.

A coleta de dados foi por meios digitais de cenas das novelas em que a atriz Giovanna Antonelli atuou e influenciou a moda. Especificamente este trabalho mostrará três personagens distintas interpretadas pela mesma atriz.

Os estilos das personagens são diferentes, desde o corte de cabelo, até a personalidade, as duas novelas foram transmitidas em épocas diferentes, sendo assim, tem-se como objetivo analisar se na época houve algum aumento de consumo dos objetos e roupas usadas pela personagem.

Em segundo momento, houve uma coleta de dados com o público feminino, com perguntas sobre o consumo. A pesquisa documental investigou as telenovelas e a maneira como apresentam a moda. O questionário teve o intuito de identificar se as pessoas sofrem influencia das telenovelas no comportamento de consumo.

Uma das personagens escolhidas é Jade na novela O clone (2001). De temperamento forte e decidido Jade carrega o conflito de estar em duas culturas diferentes. Não se sente marroquina nem brasileira. Romântica e esperta, vive as dificuldades de uma mulher em busca da realização pessoal. Apaixonada por Lucas (Murilo Benício) enfrenta a família em nome desse amor (Memória Globo).

O site Memória Globo relata que um acessório que saiu das telas de TV diretamente para as bancas de camelô foi o anel-pulseira utilizado pela protagonista Jade. Além dos olhos que foram destaques por serem pintados com cajal.



Figura 6: Imagem 1 de Jade
(Fonte: Uol Mulher, 2015)



Figura 7: Imagem 2 de Jade.
(Fonte: Dona Ana Costa, 2011)

Na Figura 6 pode-se observar a personagem Jade utilizando o anel-pulseira, pelo qual como foi citado anteriormente foi um dos objetos que mais fizeram sucesso entre as telespectadoras na época. Já na figura 7 mostra os olhos marcantes de Jade.

A segunda personagem escolhida foi a Helô, da novela Salve Jorge, exibida pela Rede Globo em 2012, na descrição da personagem no site Gshow (2012) mostra que a mesma

vem a ser uma delegada de polícia moderna e chique, e tem como característica seu bom humor e determinação no trabalho. Ela foi inspiração de muitas mulheres pelo fato de ser determinada e ter personalidade forte.

O figurino que dá o toque final da personalidade da personagem vestia-se com roupas extravagantes que caíram no gosto do público, era uma mistura de estilo próprio com o mesclado de diferentes estampas e cores, um visual nada discreto.



Figura 8: Imagem 1 da Helô.
(Fonte: Google imagens, 2012).



Figura 9: Imagem 2 de Helô.
(Fonte: Google imagens, 2012)

Nas duas figuras 8 e 9, pode-se observar que a personagem utilizava calça larga e camisa estampada, juntamente com muitos acessórios (bolsa, cintos metálicos, anéis). Um dos itens que virou tendência foi a capinha de seu celular, que tinha características de um soco inglês.

E por fim a personagem Clara da novela Em família, exibida em 2014 também pela Rede Globo. Na descrição da personagem no site Gshow a mesma tem um filho e se descobre homossexual ao decorrer da trama. O figurino mostra um estilo mais delicado, passando algo ingênuo aos telespectadores ajudando a cativar o público.



Figura 10: Imagem de Clara.
(Fonte: Gshow, 2014)

Na figura anterior, pode se observar o figurino da personagem pelo qual virou tendência. O body utilizado por Clara era com as costas abertas, utilizados até nos dias de hoje e inspiração para outros personagens das novelas atuais. E por fim, o corte com franja.

O esmalte usado pela personagem também se tornou moda, a ponto do fabricante lançar uma coleção com o nome da atriz.

Cada uma das personagens interpretadas pela atriz, apresenta características diferentes, cada uma com um estilo de vida e com personalidade distinta. Assim como o seu figurino específico que tornou tendência no decorrer da trama.

7. PESQUISA DE CAMPO SOBRE O CONSUMO INFLUÊNCIADO PELA TELENOVELA

A pesquisa foi realizada através de um questionário enviado pelas redes sociais da pesquisadora, com um total de 21 participantes do sexo feminino, faixa etária entre 20 e 45 anos de idade e teve como intuito mostrar de forma clara e direta quais das participantes foram influenciadas pela moda ditada pelas telenovelas.

O gráfico a seguir mostra a frequência com que as participantes assistem as telenovelas.

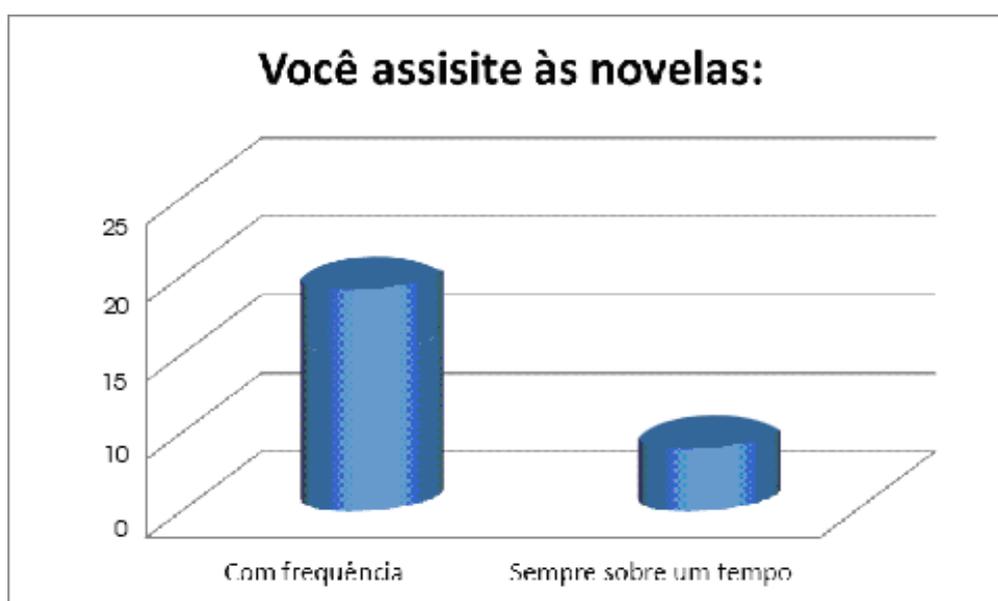


Figura 6: Frequência com que assistem telenovelas.

(Fonte: Elaborada pela autora).

Das entrevistadas 17 assumiram que assistem com frequência a telenovela pela qual acompanham, as outras 4 sempre que sobra um tempo.

Dentre elas 100% tem preferência pelas novelas das 21h. Conforme o gráfico 2 a seguir.

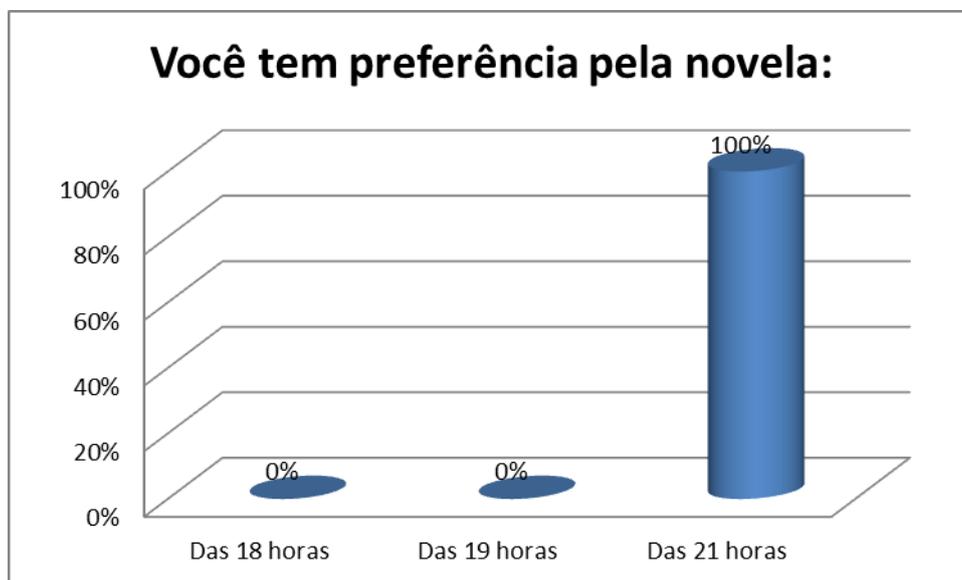


Figura 7: Preferência por horário das novelas.

(Fonte: Elaborada pela autora).

100% das entrevistadas já utilizaram algum tipo de produto presente nas novelas, como apresentado na figura 11.

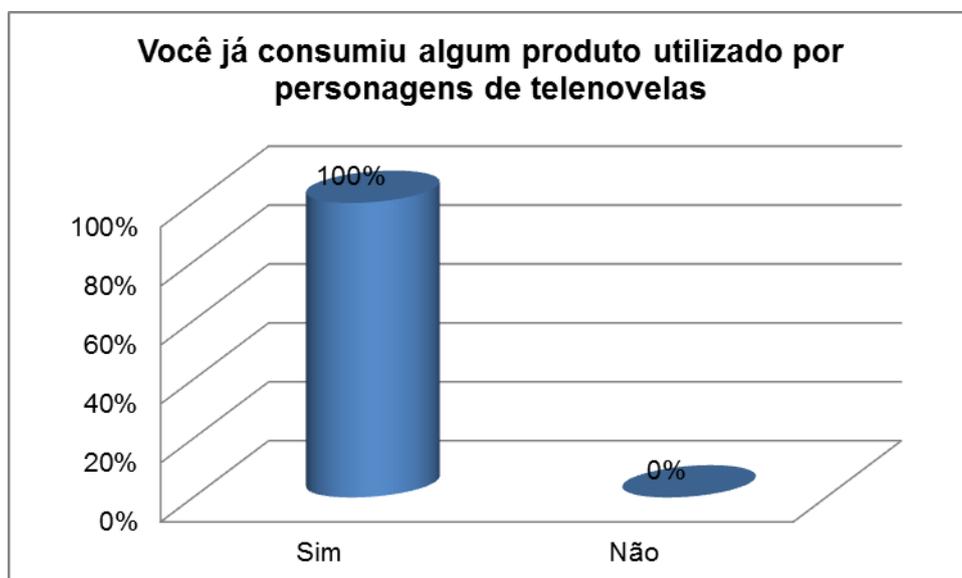


Figura 8: Consumo de produtos iguais aos dos figurinos dos personagens das novelas.

(Fonte: Elaborada pela autora).

Todas as entrevistadas se sentem ou já se sentiram influenciadas pelas telenovelas em algum momento da vida.



Figura 9: Percepção sobre a influência das telenovelas.

(Fonte: Elaborada pela autora).

Com os resultados desta pesquisa pode-se perceber que existe uma influência dos figurinos dos personagens e o consumo dos telespectadores. Nota-se que a maioria das entrevistadas tem preferência pela novela das 21h por abordar mais temas e assistem com frequência. Alegam também que ocorrem tais influências, pelas quais todas estão cientes de que estão sendo influenciadas.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A influência das telenovelas no cotidiano das pessoas é evidente e mostra a consciência delas por esse fato. Com isso nota-se que tais dramaturgias utilizam dessas situações para gerar o consumo através de personagens pelos que mostram o cotidiano das pessoas, gerando o modismo e tendo sucesso como consequência.

A realização desse trabalho foi importante para compreender o processo de recepção da telenovela pelo telespectador em termos comportamentais de consumo. Pretendeu-se com esta pesquisa a contribuição para esclarecer aos telespectadores a relação entre telenovela e telespectador e suas influências na vida dos mesmos.

Conclui-se então, que as influências estão presentes através dos personagens, dos quais os telespectadores se tornam íntimos e assim passam a querer se vestir como os mesmos, surgindo a moda nas telenovelas que refletem no público que passa a consumir determinados objetos ou roupas. Sendo assim, é possível afirmar que a pesquisa foi satisfatória e conseguiu atingir o objetivo de compreensão sobre o tema abordado.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Denise Castilhos e KEGLER, Luiza artigo sobre. A moda e a mídia: a função metalinguística das telenovelas e revista feminina. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-a-moda-araujo.pdf>>. Acessado em 11 de junho de 2017.

BARTHES, Roland. O sistema da moda, São Paulo, Nacional, 1979.

BAUMAN, Z. La sociedade sitiada. Buenos Aires: FCE, 2004.

BRAIT, Beth. A personagem. São Paulo: Editora Ática, 1998

BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita, Videologias: ensaios sobre televisão, São Paulo, Boitempo, 2004.

CAMPEDELLI, Samira Youssef. A telenovela. São Paulo: Ática, 1987.

CAMPOS, Juan de Oliveira Salomão de. A Influência da Telenovela na Moda Brasileira: o fenômeno Avenida Brasil. 2013. Monografia apresentada ao programa de pós-graduação do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/posmoda/files/2013/05/A-Influencia-da-telenovela-na-moda-brasileira.pdf>> Acesso em: 30/10/2017.

CANAL VIVA, Moda nas novelas: os figurinos que fizeram sucesso. Publicado em 19/01/2012. Disponível em: <<http://canalviva.globo.com/especiais/mais-da-tv/materias/moda-nas-novelas.htm>> Acesso em: 21/10/2017

CRANE, Diana. A moda e seu papel social. São Paulo: Senac, 2008.

DONA ANA COSTA, Recordar é viver: Moda O Clone. Publicado em 17/05/2011. Disponível em: <<https://donaanacostadotcom.wordpress.com/category/o-clone/>> Acesso em: 30/10/2017

FEGHALI, Marta Kasznar. DWYER, Daniela. As engrenagens da moda. Rio de Janeiro, Senac, 2001.

GSHOW, Personagem Clara. Publicado em 2014. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/em-familia/personagem/clara-giovanna-antonelli.html>> Acesso em: 21/10/2017

GSHOW, Personagem Heloisa. Publicado em 2012. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/salve-jorge/personagem/heloisa.html>> Acesso em: 21/10/2017

MATTOS, Luane Pereira. A influência da telenovela no comportamento do telespectador: uma análise de *O Clone, América e Paraíso Tropical*. Monografia. Centro Universitário de Brasília. Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas. Curso de Comunicação Social. Habilitação em Publicidade e Propaganda. 2008. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1880/2/20415902.pdf>> Acesso em: 24/10/2017.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1979.

MEMÓRIA GLOBO. O clone. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/o-clone/o-clone-jade-giovanna-antonelli.htm>> Acesso em: 27/10/2017

MESCLADA. Novelas e sua influência no mercado da moda. Publicado em: 22/06/2015. Disponível em: <<http://view.mesclada.com/novelas-e-sua-influencia-no-mercado-da-moda/>> Acesso em: 30/10/2017.

MORAES, A. L. C. A síndrome do protagonista: uma abordagem cultural às personagens dos espetáculos de realidade da mídia. 2008. Tese – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, RS, 2008.

MORGATO, Fernando. Tupi: a história completa da TV pioneira. Disponível em: <<http://fernandomorgado.com/imprime-noticia/tupi-a-historia-completa-da-tv-pioneira>>. Acesso em: 11 de Junho de 2017.

NOVELA FASHION WEEK, Dancing'days está de volta! Veja destaques do figurino de Sônia Braga que viraram mania nos anos 70. Publicado em: 23/01/2014. Disponível em: <<http://novelafashionweek.com.br/site/dancindays-esta-de-volta-veja-destaques-do-figurino-de-sonia-braga-que-viraram-mania-nos-anos-70/>> Acesso em: 27/10/2017

PALLOTTINI, Renata. Dramaturgia: A construção do personagem, São Paulo, 1989, Perspectiva.

R7 TV. Relembre os visuais de Roque Santeiro que viraram moda nos anos 80. Publicado em: 07/07/2017. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/moda-e>

beleza/noticias/relembre-os-visuais-de-roque-santeiro-que-viraram-moda-nos-anos-80-20100707.html> Acesso em: 30/10/2017.

ROCHA, Marlúcia M. da; ALBUQUERQUE, Eliana C.P.T. A telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo. Unirevista. v. I, n. 3, p.5, jul. 2006.

SARLO, Beatriz. Cenas da vida pós-moderna. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo, Loyola, 1998.

SOLOMON, Michael. Comportamento do Consumidor – Comprando, possuindo e sendo, 5ª edição, Bookman, 2006.

TEXTIL. As novelas e séries que influenciaram a moda. Publicado em 04/07/2016. Disponível em: <<http://www.antextil.com.br/tendencias/moda/as-novelas-e-series-que-influenciaram-a-moda/>> Acesso em: 30/10/2017.

TREPTOW, Dóris. Inventando Moda: Planejamento de Coleção, Brusque, 2003.

UOL. Da TV para o armário: 12 itens que entraram na moda por causa das novelas. Publicado em 08/10/2015. Disponível em: <<https://estilo.uol.com.br/moda/listas/da-tv-para-o-armario-12-itens-que-entraram-na-moda-por-causa-das-novelas.htm>> Acesso em: 30/10/2017

APENDICE A: QUESTIONÁRIO

1) Idade: _____

2) Você assiste a telenovelas:

- a) Com frequência
- b) Sempre que sobra um tempo

3) Você tem preferência pela novela:

- a) Das 18h
- b) Das 19h
- c) Das 21h

4) Você já consumiu algum produto pelo qual alguma personagem utilizava?

- a) Sim
- b) Não

5) Você se sente ou já se sentiu influenciada por alguma telenovela?

- a) Sim
- b) Não