

TELENOVELA, (DES)IDENTIFICAÇÃO, ESTILO DE VIDA E CONSUMO DE MODA

Soap opera, (des)identification, llifestyle and fashion consumption

Marques, Camila da Silva; PhD; Universidade Federal de Santa Maria,
camila.marques@ufsm.br¹

Resumo: Este artigo investiga a relação estabelecida entre o estilo de vida apresentado nas telenovelas e o estilo de vida cotidiano de mulheres de diferentes classes sociais. Tendo como objeto de estudo a telenovela *A Regra do Jogo*, investigamos como a leitura dos figurinos e da *hexis* corporal das personagens incide nas práticas de consumo de moda, nas formas de se apresentar e nos processos de identificação/desidentificação das receptoras com as representações ficcionais.

Palavras chave: Estilo de vida; classe social; telenovela.

Abstract: This article investigates the relationship established between the lifestyle presented in soap operas and the daily lifestyle of women from different social classes. Having as object of study the soap opera *A Regra do Jogo*, we investigated of the characters it influences fashion consumption practices, forms of presentation and processes of identification/disidentification of viewers with fictional representations.

Keywords: Lifestyle; social class; soap opera.

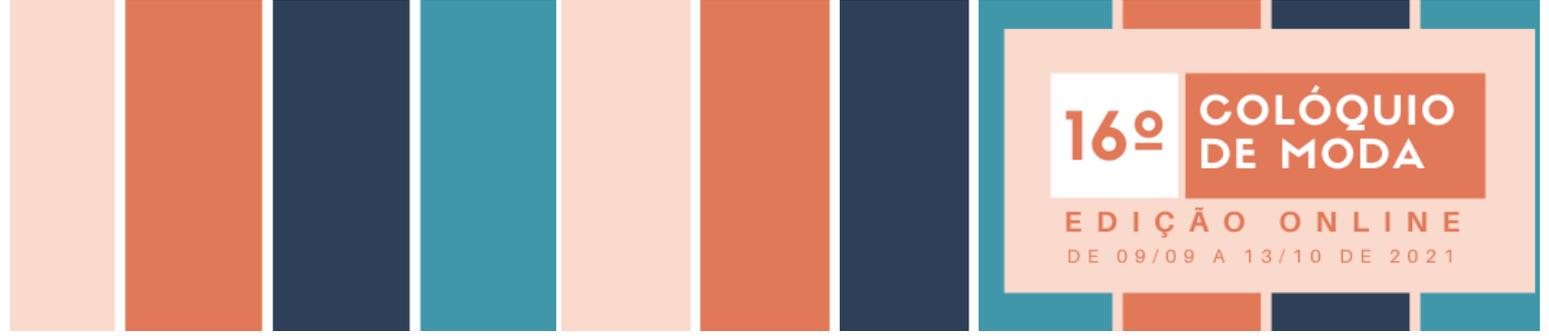
Introdução

Este artigo² se desenvolve a partir da proposição teórica que defende a existência de uma integração social entre ficção e cotidiano, entendendo a recepção de produtos midiáticos não apenas como “uma prática negociada com os diferentes meios de comunicação”, mas como uma prática de negociação entre sujeitos e sociedade. Destacamos então como temática central desse estudo a recepção de telenovela, que Segundo Lopes; Borelli; Resende (2002, p. 35) é o “produto concreto da indústria televisiva de maior êxito popular” no Brasil. Jessé Souza (2009, p. 14) também confere valor para a telenovela, sendo considerada pelo autor como o produto de maior

¹ Doutora em Comunicação pela UFSM, com doutorado sanduiche (PDSE/CAPES) na Universidade Católica Portuguesa - Lisboa. Pós-doutoranda e professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM, pesquisadora Obitel Brasil (UFSM), produtora audiovisual.

² Este artigo é fruto de tese de doutorado defendida pela autora em 2018.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

importância da televisão em um país tão desigual como o Brasil, ao possibilitar “tanto a reprodução de esquemas de percepção dominantes quanto a produção de um espaço de dramatização e de aprendizado de novos papéis sociais”. Lopes vai além e compreende a produção televisiva, especialmente a ficcional, como “recurso comunicativo” (2009, p. 21) que ativa a correspondência entre o “*habitus* do mundo narrado” e o “*habitus* vivido pela recepção”, possibilitando assim o reconhecimento de si e do outro e permitindo a identificação/desidentificação da audiência com personagens das tramas (LOPES, 2009).

Cabe salientar que a classe social é adotada neste trabalho como a mediação-chave para a compreensão dos entrelaçamentos entre mídia e contextos socioculturais, pois a concebemos, de acordo com Bourdieu, como determinante para a conformação da visão de mundo, gostos, *habitus* e estilos de vida dos agentes sociais, sendo imprescindível para a compreensão da organização da vida. A definição de classe social de matriz *bourdiana* atenta não apenas para a dimensão econômica, relacionada ao lugar em que o indivíduo ocupa na produção, mas também a um aspecto sociocultural, associado a determinadas percepções de mundo. Sendo assim, a noção de classe social não está atrelada essencialmente à condição econômica ou à quantidade de bens que se possui, mas também às práticas culturais que conformam modos de ser, de viver e de se apresentar, que por sua vez, desempenham papel nos modos de ler e de se (re)apropriar do gênero melodramático. Logo, os conceitos de *habitus* e estilo de vida, apropriados através de Bourdieu, são caro à esta pesquisa, pois compreendemos o estilo de vida, segundo a sociologia *bourdiana*, como marcador privilegiado para se entender o processo de definição de estratos sociais, intrinsecamente relacionado ao *habitus* dos sujeitos, pois, para Bourdieu (2007, p. 57), a “aversão pelos estilos de vida diferentes é, sem dúvida, uma das mais fortes barreiras entre as classes”

Buscando levantar questões sobre a identificação ou desidentificação com as clivagens de classe, objetivamos neste trabalho investigar a relação estabelecida entre o estilo de vida da ficção e o estilo de vida cotidiano, tendo como objeto de estudo a telenovela brasileira do horário nobre da Rede Globo *A Regra do Jogo*, veiculada entre 2015 e 2016. Os processos de (des)identificação de posição de classe serão investigadas



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

tanto através das leituras que as receptoras fazem das representações presentes na novela analisada - com foco para os figurinos e *hexis* corporal das personagens - como de suas práticas de consumo de moda e formas de se apresentar, que materializam seus estilos de vida. Empiricamente, observamos esses estilos de vida através: 1) dos modos de ser mulher em cada fração de classe (relações de classe e processos distintivos) e 2) dos modos de se apresentar (cuidados com o corpo e saúde; cuidados com a beleza; *hexis* corporal; gosto; práticas de consumo), tanto das personagens de *A Regra do Jogo* quanto das receptoras que compõem o estudo.

Metodologicamente, a pesquisa se configura como uma etnografia crítica da audiência, entendida como o conhecimento originado no contexto de apropriação da mídia, que descreve os meandros do consumo midiático, realiza uma análise atenta ao cotidiano e busca observar a produção de sentidos a partir do receptor (RONSINI, 2007). Como instrumentos de coleta de dados, fizemos uso da entrevista semi-estruturada, da observação do espaço doméstico e da assistência de telenovela na casa das informantes, com registros em um diário de campo. A amostra da pesquisa é composta por 8 mulheres, brancas, jovens e maduras, com idade entre 24 e 39 anos, 2 de classe média alta, 2 de média classe média, 2 de classe média baixa e 2 de classe baixa. As informantes de classe média alta são **Cecilia**³, 25 anos e **Elena**⁴, 39 anos; as de média classe média são **Regina**⁵, 27 anos e **Mara**⁶, 35 anos; as de classe média baixa são **Marina**⁷, 24 anos e **Joana**⁸, 33 anos e as de classe baixa, **Sandra**⁹, 24 anos, e **Priscila**¹⁰, 38 anos.

³ Jornalista formada por uma universidade privada e *blogueira*, mora com a família primordial e o filho Benjamin, de 9 anos, em uma casa própria, com piscina e 4 quartos, na região central da cidade.

⁴ Enfermeira, possui pós-graduação em administração e acupuntura estética, trabalha como gerente responsável em uma empresa de plano de saúde privado e tem um consultório de acupuntura (possui uma sala para seu consultório e mais duas, que aluga). Mora sozinha em um apartamento próprio em um bairro nobre.

⁵ Graduada e pós-graduada em direito em uma instituição privada. Mãe de uma menina de 2 anos, no início da pesquisa morava com o ex-companheiro, pequeno empresário, e após a separação voltou a morar com a mãe, professora universitária aposentada, o irmão e a cunhada. Declara-se sem religião, simpatizante do feminismo e desde a gravidez passou a adotar uma vida mais natural/alternativa.

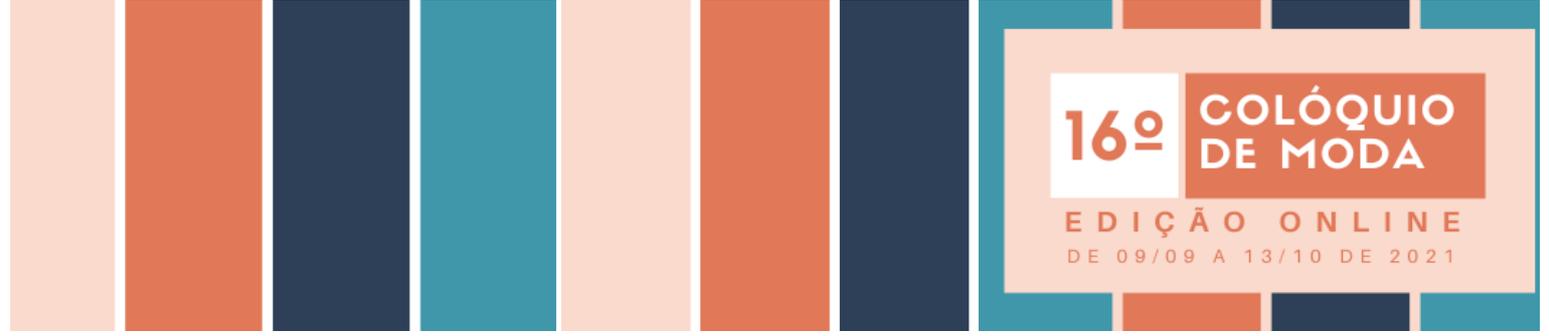
⁶ Administradora pós-graduada em uma instituição privada, trabalha como responsável pelo *marketing* de uma empresa com sede em Porto Alegre. Solteira e sem filhos, mora sozinha em um apartamento alugado na zona central da cidade, não possui carro por convicção, declara-se espírita praticante, e apesar de não se considerar feminista, também simpatiza com muitas premissas do movimento.

⁷ Maquiadora, tem ensino médio completo e mora em um apartamento alugado com a filha de 5 anos. É separada e “trocou” a pensão pela guarda da filha. O ex-marido, 20 anos mais velho, empresário, auxilia com alguns gastos de sua filha.

⁸ Era vendedora autônoma, mas atualmente dedica-se aos dois filhos (11 e 2 anos) em tempo integral. Tem ensino médio completo e mora com o marido e os filhos em um apartamento alugado.

⁹ Tem ensino médio incompleto e atualmente está fora do mercado de trabalho. Mora em um bairro popular, em um “puxadinho” no pátio da cunhada, com o marido (pedreiro) e os dois filhos (6 e 1 ano).

¹⁰ Tem ensino médio incompleto e é faxineira autônoma. Reside em um bairro popular, em uma casa de madeira e alvenaria, com o filho, de 18 anos, a nora e a neta de 1 ano.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

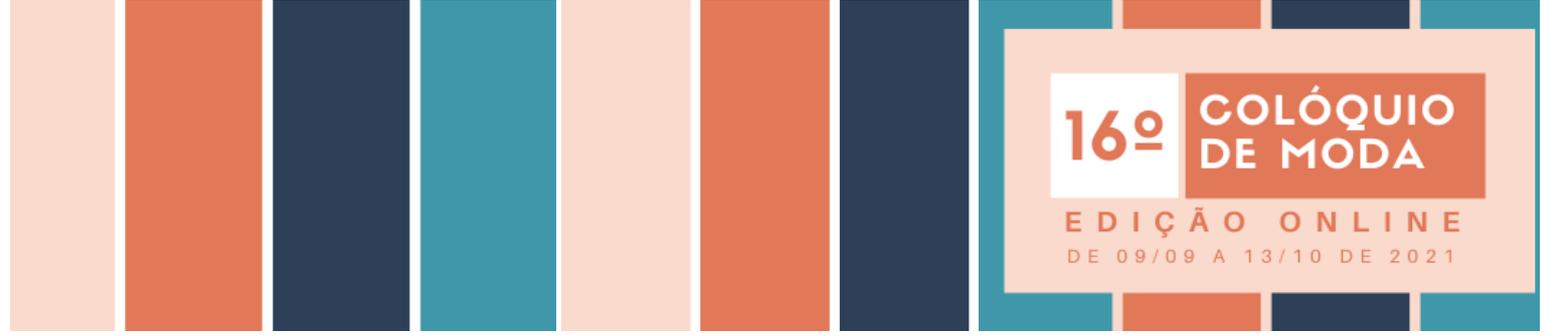
Mulheres “de classe”, estilo de vida e (des)identificação

Jessé Souza (2009, p. 14) ressalta que as representações veiculadas pela telenovela trabalham, desde sempre, “a partir de modelos estereotipados e pré-definidos”, sendo necessário que se problematize as formas com que os sujeitos das mais variadas classes percebem a realidade social exibida nas telas. Sendo a telenovela um dos raros produtos “consumidos por cidadãos pertencentes às mais variadas classes sociais” (HAMBURGER, 2009, p.73), esta se apresenta, então, como um “repertório privilegiado para mediar diferenças”.

Voltando o olhar para nosso objeto de estudo, cabe salientar que uma das principais marcas de autoria de João Emanuel Carneiro, autor roteirista de *A Regra do Jogo*, são as distinções entre as classes (MARQUES, DHEIN, 2017) presentes em todas as suas telenovelas do horário nobre. Em entrevista, ele explica que o objetivo da trama central de *A Regra do Jogo* é mostrar que as “classes sociais estão se amalgamando” e “trocando de lugar”. Segundo Carneiro, seria principalmente através do casal Rui e Tina, “dois personagens de classe média, que moram na zona sul e se apaixonam pela ideia não ter carro, não pagar IPTU nem IPVA e viver uma “aventura de classe média na favela” que essa “nação em transe” seria representada. Através das leituras das receptoras, não restam dúvidas de que o autor obteve sucesso no que se refere à temática da telenovela em questão: todas elas, sem exceção, citam o dinheiro, a luta por poder e a oposição entre as diferentes classes como sendo o mote da trama.

É, contudo, no momento de citarem as trajetórias das personagens que mais chamaram a sua atenção que as desidentificações, projeções e contestações das posições legítimas de classe vêm à tona, corroborando com o esperado por Carneiro: Tina é citada por receptoras de todas as classes sociais como a personagem mais intrigante de *A Regra do Jogo*. Ao longo de sua trajetória, Tina, uma “patricinha do asfalto”, passa por uma transformação não só nos aspectos maleáveis de seu corpo, mas também nos modos de falar, andar, nas práticas de consumo, no gosto cultural e nas relações íntimas, que acompanham a aceitação - ou seria a paródia? - de seu novo estilo de vida. Seu figurino, que antes era composto por roupas mais largas, com tecidos “nobres” e estampas em tons





16º

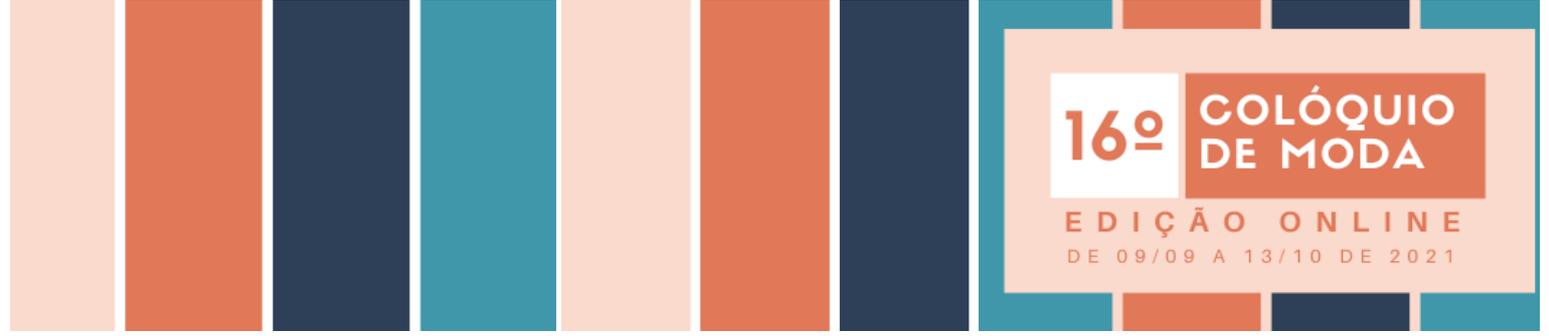
COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

pastel, dá lugar para a caracterização comum às personagens da Macaca: shorts curtos, tops, blusas vazadas, salto alto, bonés e cabelo frisado. As receptoras da classe média alta destacam a facilidade com que Tina adota as disposições de um *habitus* popular como forma de se inserir em uma classe social inferior à sua, enquanto a média classe média aponta sua tentativa de fraudar um *status* principalmente pela adoção do estilo de vida das moradoras do Morro da Macaca – núcleo popular da novela. Para Mara, Tina adotou um “estilo favela” tanto visual quanto comportamental”. Já as receptoras de classe média baixa e classe baixa questionam e acham “estranha” sua transformação e a adoção de um estilo de vida popular assim que se muda para o Morro: “essa aí se transformou, era ‘madame’ e se transformou. Eu acho que ela tá fazendo pra sacanear, pra voltar à vidinha normal dela, vidinha de ‘madame’, ela não tá mais aguentando viver no Morro”, interpreta Sandra, classe baixa.

A personagem Belisa (Bruna Linzmeyer) também é citada pelas receptoras como tendo uma trajetória interessante na novela: neta do “magnata da indústria farmacêutica” Gibson, era uma “patricinha” rebelde que não trabalhava nem estudava e sonhava em ser uma *funkeira* famosa. Seu figurino trazia peças esportivas misturadas com outras de alta costura e de grifes internacionais, além de joias e acessórios “exagerados” e tinha os cabelos curtos e platinados, mantendo distinção das personagens do Morro, quase todas com cabelos bem longos. Ao se aproximar do estilo “perigete” do Morro, é um exemplo de *status* fraudulento que vai na contramão do que acontece na maioria dos melodramas nacionais, em que personagens de classes mais baixas sofrem transformações nos modos de se apresentar após ascenderem socialmente (MARQUES, 2015): sua desidentificação com a classe alta era corporificado através de um *status* fraudulento (GOFFMAN, 2009) “de cima para baixo”, expresso em grande medida através de seus modos de ser e, principalmente, de se apresentar. A personagem é citada pelas receptoras das frações alta e média da classe média e da classe baixa por sua desidentificação com o estilo de vida esperado para quem pertence às elites, buscando, ao longo da narrativa, se afastar de sua posição social através dos modos de posicionar seu corpo. Elena, média alta, demonstra seu incômodo com o estilo de vida adotado pela personagem ao defini-la como uma “rica





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

que não sabe usar o dinheiro. Desleixo total. Essa roupa não condiz em nada com a classe dela. Ela é super educada e tal, mas parece mais um *hip-hopper*”.

Outra personagem citada pelas informantes como tendo uma trajetória interessante é Indira (Cris Vianna), uma pequena empresária de classe popular que vivia na Macaca com o marido Oziel (Fabio Lago) e os 4 filhos. Dona de uma loja de roupas “bem-sucedida” (SITE MEMÓRIA GLOBO, 2017), era um exemplar de “mulher múltipla”. Seu comportamento sexual também destoava das personagens de classe popular citadas anteriormente: evangélica, não mantinha relações sexuais com o marido por motivos religiosos, conferindo certa frieza normalmente atribuída às mulheres de classes mais altas (NEWTON; WALTON, 1984). Tanto seus gostos como seu corpo funcionavam como operadores de desidentificação de um estilo de vida tido como o legítimo do *habitus* popular (MATTOS, 2006). Para as receptoras da classe média alta, Indira foi lida como uma personagem que foge à regra das mulheres populares das telenovelas brasileiras justamente pelo estilo de vida que adota: seus modos de se apresentar - roupas amplas e longas, poucos acessórios e maquiagem - e sua *hexis* corporal - gestos, formas de andar e regras de etiqueta - funcionavam como “marcas sociais” e sinais distintivos. Elena destaca: “eu achei bem interessante, ela tá no morro, mas o morro não tá nela, né?” Para Elena, a distinção de Indira se dá principalmente pelo trabalho intelectual versus a disposição para o trabalho manual e por seus modos de ser e de se apresentar:

ela foge, tu pode até olhar as roupas dela, que ela tem um estilo próprio, um estilo não conservador, mas um estilo mais respeitoso, *diferente da baixa renda*, das periguetes lá, das merlozetes. Tu nota que ela está no morro, mas ela tem um outro estilo, inclusive até de se vestir e se portar. (ELENA, 39 anos, média alta, grifo nosso).

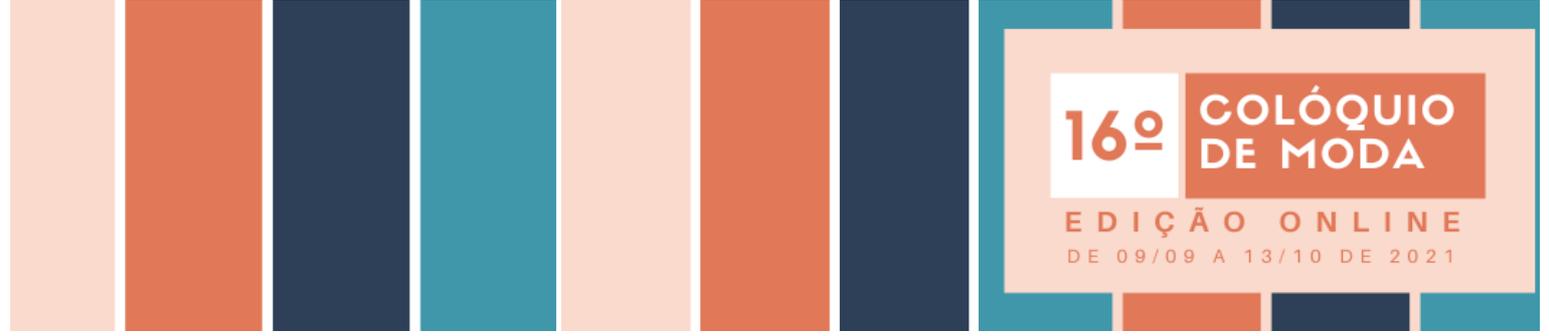
Tóia, a mocinha da trama, nascida e crescida no Morro da Macaca, trabalhava “duro” em uma boate e tinha caracterização composta por cabelos abaixo dos ombros, geralmente soltos ou presos em um “coque bem despojado”, “mais próxima do cotidiano”, segundo as figurinistas da trama. Era uma filha exemplar, boa amiga, trabalhadora e se sobressaíam as disposições submissas e de renúncia de si (MATTOS,

16º

COLÓQUIO
DE MODAEDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

2006): fiel a seu noivo Juliano, o esperou enquanto ele estava preso injustamente por um crime que não havia cometido. Seu sonho era casar com ele e ter uma “vida tranquila” no Morro, ao lado da família e dos amigos. Apesar do perfil “boa moça”, Tóia não agradou a audiência da trama e uma das principais críticas direcionadas à heroína pelas receptoras desta pesquisa é justamente a manutenção de seu *habitus* de classe popular, ao não incorporar a *hexis* corporal das elites (BOURDIEU, 2007) quando ela ascende de classe, no final da novela. Elena a considera como “a mais brega”: “mesmo depois que ficou rica, continuou brega, não combinou, né? [...] Bonita, mas tem umas vestimentas exóticas, risos”. Em pesquisa anterior, Almeida (2001) destaca que a simpatia das receptoras com o estilo das personagens ricas de *O Rei do Gado* não ocorreu com Luana (Patricia Pillar) a protagonista sem terra da trama - o que dificultou que ela “lançasse” algum modismo no decorrer da novela: “as telespectadoras esperavam que ela se modernizasse, que perdesse seu jeito caipira, que se vestisse melhor” (ALMEIDA, 2001, p. 189). O mesmo é percebido na leitura que Elena e Cecilia fazem de Tóia. O visual da personagem é rejeitado principalmente por ela não ter sofrido uma transformação visual ao longo da trama - modelo recorrente com as mocinhas de classes populares nas telenovelas.

Já a vilã Atena (Giovanna Antonelli) caiu nas graças dos telespectadores - incluindo todas as 8 informantes. Seu nome verdadeiro era Francineide dos Santos - um tanto “popular” - e seu passado de “origem humilde” e de violência física e simbólica exercidas por seu ex-marido veio à tona ao longo de sua trajetória. Antes de “dar o golpe” em Romero, morava em uma pensão e gastava a maior parte do dinheiro - obtido não através do trabalho, e sim de maneiras escusas - em roupas e joias, para manter a aparência “luxuosa”, “se passar por rica” e assim facilitar seus trambiques: “ela tinha que ter grife, tinha que ser de verdade e, ao mesmo tempo, tinha que ser uma mulher sexy”, complementa Marie, figurinista da trama. Para manter o “status fraudulento” (GOFFMAN, 2009), investia na aparência e no corpo para seduzir suas próximas vítimas. Essa aparência de Atena é elogiada por informantes de todas as frações de classe, sendo entendida ora como chique/elegante, ora como autêntica. Para Sandra e Priscila, classe baixa, Atena era elegante e sensual - “ah, eu gostava dos modelitos dela, do jeito que ela



16º

COLÓQUIO
DE MODA

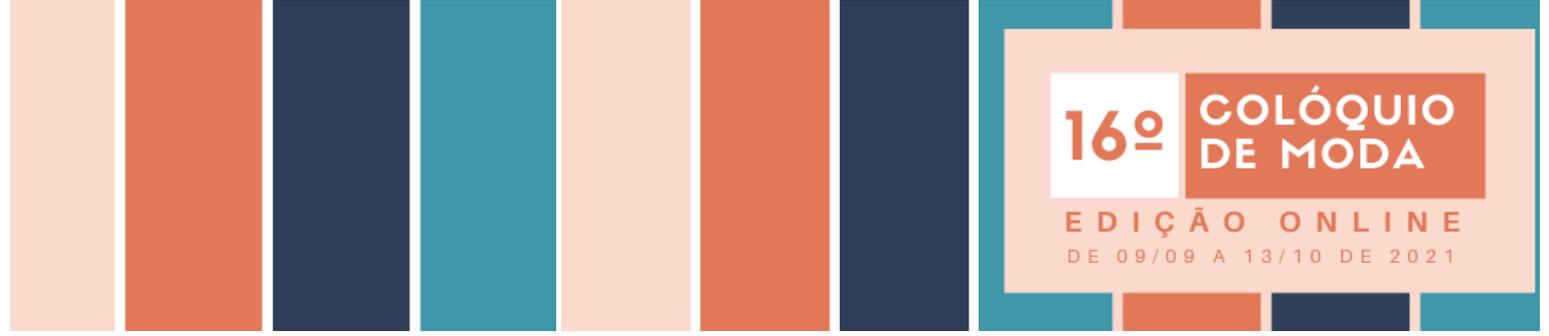
EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

se pinta, *fica bonito nela*, chama atenção, adoro” (Priscila), “bem arrumada, me chama a atenção, eu usaria, *nem tudo daria certo, mas o que desse...*” (Sandra).

Para Elena, média alta, “A Atena é chiquééerrima, né? No traje, vestimenta, nota 10! Elegante, ela tem um apelo à sensualidade, mas é elegante, não é vulgar em momento algum”. Um dos motivos dessa combinação de elegância e sensualidade, segundo Elena, é o corpo esguio de Giovanna Antonelli, além das roupas “elegantes” usadas pela personagem - mesmo rindo alto ou falando com gírias, Atena não parece vulgar, em grande medida por suas roupas e pela estrutura de seu corpo. Mara, média classe média, reitera o corpo magro da atriz como sinônimo de elegância e distinção: “ela usa coisas justas, decotadas, mas não é vulgar. *Ela não tem corpo pra ser vulgar*”. As categorias de percepção do corpo se revelam, assim, importantes mecanismos da naturalização das diferenças entre as classes sociais: o corpo magro e elegante se contrapõe ao corpo vulgar e volumoso das classes populares. Para Bourdieu (2007), “a ideia de beleza feminina pode ser associada, em contextos econômicos e sociais diferentes, à gordura ou à magreza”, e as receptoras acabam reproduzindo em partes as taxinomias aplicadas ao corpo percebido - magro como sexy e desejável e farto como vulgar e repulsivo - reiterando a estrutura do espaço social e delineando-se, assim, “corpos de classe” (BOURDIEU, 2007, p. 183).

A leitura das personagens Alisson e Ninfa, as *funkeiras* do Morro da Macaca, também são consenso entre as informantes, porém negativamente. As duas moravam no Morro, frequentemente estavam com o aluguel atrasado e a falta de capital cultural era uma de suas características, além do linguajar despojado e repleto de gírias. Para completar o visual da garota *funkeira* do morro, usavam cabelos bem longos, com aplique de *megahair* e unhas longas. O uso de roupas íntimas também na rua era uma das marcas das personagens, além das, bijouterias grandes e bonés, que completavam a caracterização. Para Depexe (2015), esse “ser e estar periguete”, estereótipo comum às mulheres de classe baixa nas novelas, não escapa do imaginário sobre a classe social, em que a desigualdade e a subordinação experimentada pelas mulheres em relação a elas mesmas indica a reprodução dos sentidos de opressão” (DEPEXE, 2015, p. 32): a





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

representação periguetes funciona também “como mecanismo de distinção de classe” (DEPEXE, 2015, p. 34). Outra sub-representação quanto às personagens é o fato de que tanto Ninfa quanto Alisson “seduziam” outros homens do Morro apenas em troca de um lugar para passar a noite ou de um prato de comida e utilizavam propriedades corporais como um capital para a obtenção de lucros econômicos e simbólicos (BOURDIEU, 2007), com vistas à ascensão social.

Elena critica fortemente as personagens: “Ai, as funkeiras não dá, né? Periguetes! Sem fundamento nenhum. Elas são vulgares”. Ela recrimina as roupas, o linguajar, o apelo à sensualidade e a vulgaridade das personagens. As receptoras de classe baixa igualmente criticam as duas personagens, porém, questionam alguns pontos da caracterização de Ninfa, que, segundo elas, não condizem com as mulheres de classes baixas: “da onde que mulher pobre vai ter aquele cabelo loiro bem cuidado? Não ia conseguir manter... Sempre com a unha bem pintada” (Sandra).

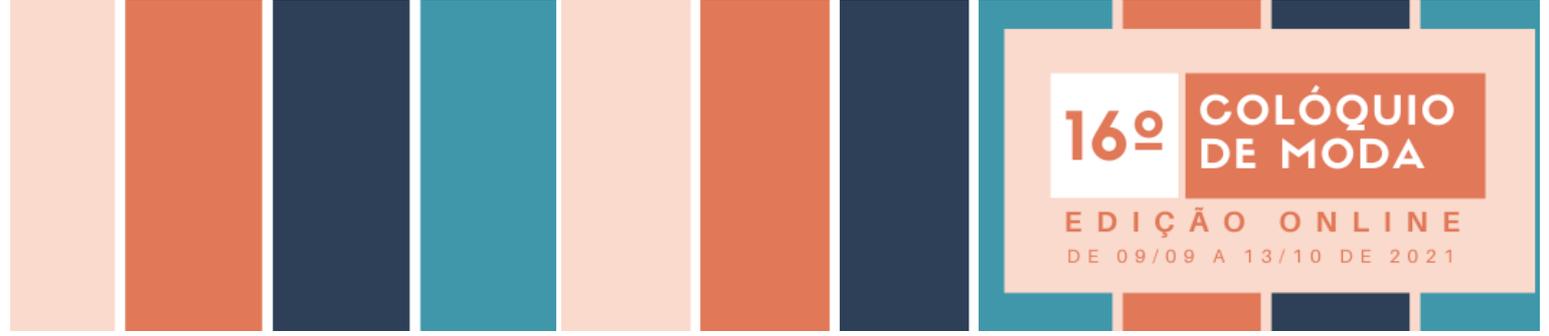
aquele cabelo, normalmente seria mais “pobretona”, né? Não iam tá sempre bem arrumada, não tinham dinheiro pra pagar o aluguel e tavam sempre bem arrumada com aquelas roupas, né? Não combinou coma realidade delas, deveria ser mais simples (PRISCILA, 38 anos, classe baixa).

Apesar de considerar que em partes a telenovela trabalhe baseada em “estereótipos para ressaltar as características de cada classe”, as leituras de Elena sobre o comportamento das personagens “periguetes” na telenovela se estende para as mulheres de classes populares fora das telas:

eu acho que são mais vulgares. A questão do comportamento, é um comportamento mais explosivo, pra não dizer outra coisa, não sei, posso tá sendo preconceituosa, mas acho que elas são mais vulgares, tanto na roupa como no comportamento. Mais promíscuas eu acho. (ELENA, 39 anos, média alta)

Através da empiria comprovamos também o pressuposto teórico de que a novela é uma vitrine não apenas de produtos, mas de estilos de vida associados a determinados bens de consumo (ALMEIDA, 2001): quando questionadas se a telenovela lança modismos e possuiu papel nos hábitos de consumo dos brasileiros, há uma unanimidade





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

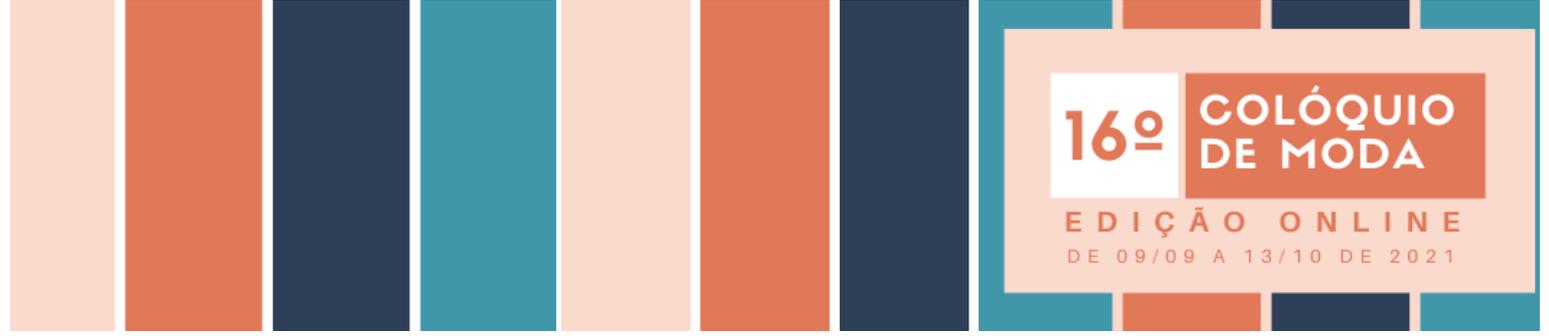
nos quatro grupos sociais que compõem nossa amostra. A consonância entre as classes segue quando todas observam a supremacia da atriz Giovanna Antonelli quando se trata de modismos lançados por telenovelas, e apenas as de classe baixa nunca compraram nenhum produto usado pelas personagens vividas pela atriz. As divergências estão menos no entendimento da existência desses modismos e mais na adoção, rejeição ou desejo destes modismos. Elena, de classe média alta, apesar de entender que as novelas lançam modismos, se diz avessa a eles. Em sua fala transparece a necessidade de uma exclusividade na hora de se vestir, ao passo que Cecília, média alta, mesmo adotando alguns dos modismos massificados pelas telenovelas, justifica esse uso por já possuir informações sobre essas tendências por outras fontes mais legitimadas, como revistas especializadas, desfiles e sites de moda.

Joana, classe média baixa, e Mara e Regina, média classe média, também desejam e consomem os modismos presentes nas telenovelas, se aproximando principalmente do padrão estético dominante das personagens das elites. Cecília, Mara e Joana (média alta, média média e média baixa) inclusive compraram a gargantilha usada por Atena em *A Regra do Jogo* - sendo que apenas a pertencente à classe média alta adquiriu o produto de uma marca legitimada. Já entre as mulheres de classe popular, uma afirma nunca ter desejado nenhum produto visto nas telenovelas para construir sua aparência pessoal, enquanto a outra, apesar de aspirar alguns itens como sapatos e calças, possui poucos recursos econômicos para efetivar o consumo desse modismo.

No que concerne aos processos de identificação despertados pelas representações de *A Regra do Jogo*, tanto as duas frações da classe média como a classe popular recusam e não se identificam com o estilo de vida das personagens consideradas “vulgares”, “bregas”, “chamativas” e “extravagantes” - corporificadas principalmente pelas personagens do Morro da Macaca Alisson, Ninfa e Tina (após a transformação).

Sobre os processos de identificação com as personagens da trama, percebemos que as leituras ora se aproximam, ora divergem entre as informantes, dependendo de suas condições sociais. As de classe média alta se identificam com o estilo de Atena - do núcleo do asfalto - e concordam que usariam as peças que vestiam e adornavam a personagem





16º

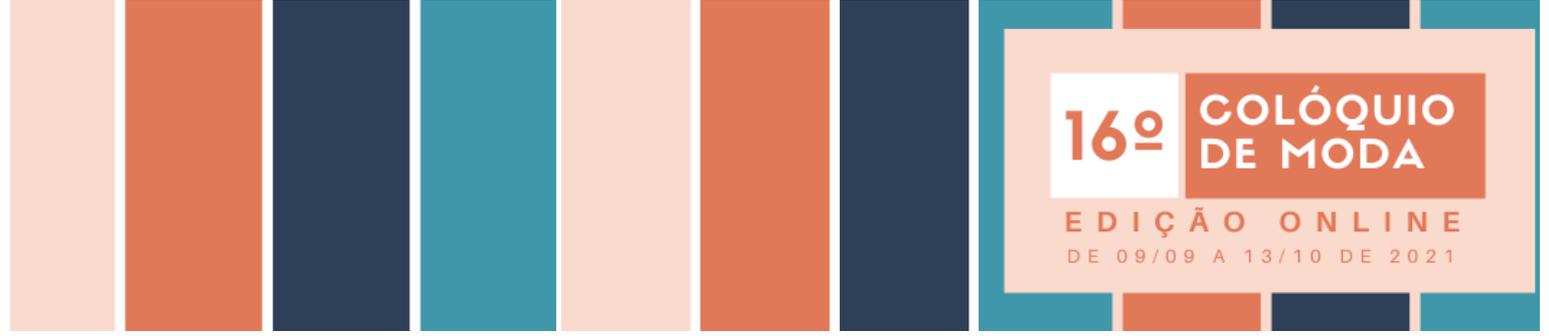
COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

por considerarem-na rica, elegante, charmosa e sensual: “gosto do estilo e me sentiria bem usando peças como estas” (Cecilia). Elena se identifica também com o estilo de Nora (Renata Sorrah) - avó de Belisa e esposa do empresário rico da trama, descrita pela emissora como “elegante e culta”, imagens midiáticas comuns da mulher de classe alta nas telenovelas, possuía figurino “sóbrio” e “chique” composto por tecidos “nobres”, cortes retos, cores neutras e ausência de estampas, decotes ou ajustes ao corpo. Geralmente usava calças, camisas, blazers amplos ou vestidos mídi, com pouca maquiagem e pequenas joias: “a mãe das elegantes, chique, elegante, fina, ela dá uma racionalidade naquela casa, super centrada, usaria com certeza, porque ela é fina”. Vale destacar que além da vestimenta, as receptoras associam a elegância também à *hexis* corporal das personagens, como sua postura, gestos, formas de andar, de falar e de se comportar em ambientes familiares, conjugais e de trabalho (BOURDIEU, 2007). Indira é a única personagem de classe popular que Elena afirma que usaria alguma peça de roupa que compõe seu figurino, assim como é a única do núcleo do Morro da Macaca que ela considera “fina, mesmo morando na favela”: “Negra chiquíssima, mesmo morando no morro ela tem uma postura, um porte, chique, elegante, uma mulher de fibra. Ela fala num tom baixo, ela é favelada mas ela não é favelada. Não só o jeito de vestir, mas as atitudes”. Cecilia também aponta uma identificação com o estilo de Indira, que considera elegante: “acho lindo o vestuário dela”. Além de Indira, a única personagem de classe popular que Cecilia considera ter um estilo “usável” é Tóia. Entretanto, essa identificação só se manifesta porque a personagem possui um figurino considerado como mais “simples”: “básico...eu acho que usaria para usar informalmente ou na piscina”.

Na média classe média, Atena e Tina (na primeira fase) - ambas do núcleo do asfalto - são citadas por Regina e Mara quando questionadas sobre quais personagens possuem um estilo de se vestir, adornar e se comportar que elas mais se identificam. Atena é considerada sensual, elegante, fina e racional. Tina antes da transformação também é considerada por Regina como simples, porém elegante e bem educada - gerando identificação por parte das duas entrevistadas: “não é pra qualquer pessoa, não adianta. Roupas simples, mas são ajeitadinhas, né?” (Regina). A naturalização do bom gosto das



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

classes dominantes (BOURDIEU, 2007) percebida em Tina na primeira fase já não ocorre depois de sua transformação: quando assume um *status* fraudulento da classe popular, Tina deixa de ser uma projeção para as informantes - “Ai, ficou vulgar, ficou brega, daí ela ficou pobre, né? E daí eu já não usaria” (Regina). Indira é a única personagem de classe popular com quem Regina se identifica em *A Regra do Jogo*: “ela é maravilhosa, pela postura dela. Mais racional, mas tá lá firme e forte com o marido dela. Trabalhando pra caramba”. A personagem, moradora do Morro da Macaca, é considerada pelas duas como uma mulher elegante, bem educada e com disposições para a racionalidade.

Para Joana, classe média baixa, a identificação com a personagem Atena aparece sem pestanejar: “me identifico porque eu gosto de causar assim, que nem ela, eu não sou daquela comum, tipo, quando eu vou sair eu gosto de uma coisa diferente, assim, sempre gosto de causar, gosto do estilo dela”. Sobre os estilos de vestir e de adornar, Joana e Marina dizem se identificar com duas personagens do núcleo do asfalto: 1) Atena, por considerarem-na elegante e bem educada - “porque eu acho que educação condiz muito com a moda, quem tem educação tem mais acesso à moda” (Marina); 2) Belisa, por ser bem educada, sensual, rica e chique - “usaria esse regatão com um salto e um bonezinho” (Joana). Vale ressaltar que Marina associa não apenas o acúmulo de capital econômico, mas também o cultural, à adoção da moda: para ela, quanto mais estudo, mais se acumula conhecimento e discernimento sobre o que comprar e como usar determinadas peças. Ambas demonstram consenso também quando apontam aquelas personagens que não admiram e não se identificam com os estilos - todas populares do núcleo do Morro da Macaca. As duas também se identificam com o estilo de Indira, por considerarem-na elegante, sensual, tranquila e bem educada:

aqui tu vê uma noção de uma pessoa que mora na comunidade mas tá bem vestida ó, já tá mais discreta, já orna melhor a composição dos acessórios com os vestidos, já tem uma educação de moda, o que deixa ela mais chique do que as outras, tá sensual e não tá apelando como as outras. (MARINA, 24 anos, média baixa).

As duas informantes de classe baixa trazem muitas questões vistas em *A Regra do Jogo* para refletirem seus cotidianos durante as etnografias. Os principais pontos que



16º

COLÓQUIO
DE MODA

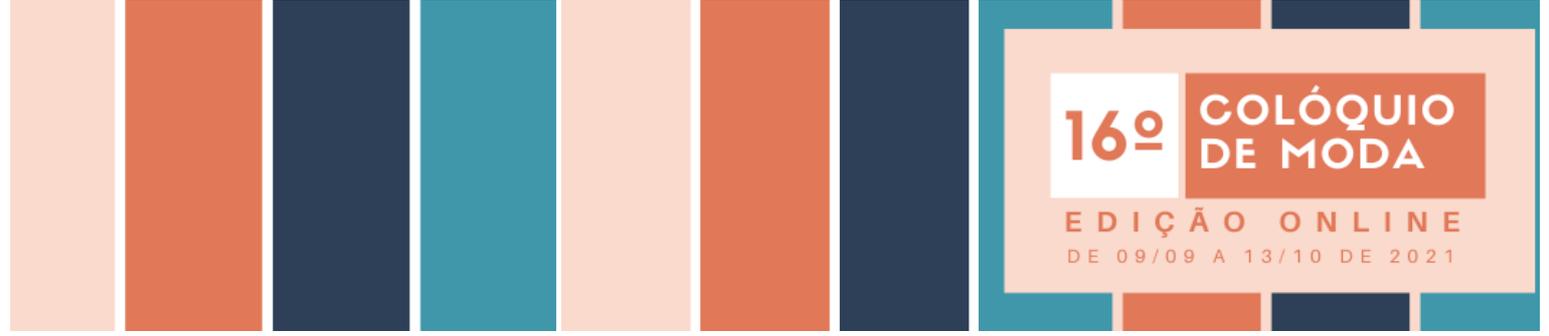
EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

ganham destaque - e rejeição - em suas falas são as representações das mulheres de classes populares como “vulgares” e “burras”, sempre com o corpo à mostra e geralmente falando errado - como as personagens Alisson e Ninfa - além das disposições de submissão e renúncia de si, que observam em Tóia. Elas não se reconhecem, não se identificam e questionam essas representações de mulheres pobres nas novelas que acompanham. Na fala das duas, se observa não apenas o entendimento da existência de um corpo de classe - sendo o das elites mais discreto e contido e o das classes baixas mais despido e liberal - como também de um comportamento de classe, sendo as mulheres ricas mais cultas e educadas enquanto as pobres têm a escassez de capital cultural, além das disposições espontâneas. Assim como em pesquisa de Ronsini et. al (2017) a identificação com o estilo de se vestir das mulheres de classe popular de *A Regra do Jogo* só se manifesta quando estas possuem ou um figurino mais “discreto” - como Tóia - ou mais “elegante” - como Indira, admirada também pela devoção à família - havendo, de maneira geral, uma desidentificação explícita com a estética adotada pelas personagens consideradas “periguetes”, vulgares e escandalosas. Não se pode afirmar, contudo, que seja a discrição chique das classes altas personificadas em Nora, Belisa e Tina antes da transformação que lhes despertem processos de identificação ou projeção mas sim o “estilo diferente” e “ousado” de Atena, que mesmo mantendo *histereris* do *habitus* popular como as risadas altas, as gírias e o consumo ostensivo, é admirada não apenas pelos modos de se apresentar, mas também pelo amor incondicional a Romero e por “lutar” pelo que quer - valores que, ao lado do cuidado com a família, se mostram importantes para as mulheres de classe popular também fora das telas.

Considerações Finais

Nossos dados apontam que as diferentes leituras das representações de classe na narrativa analisada tomam parte nos processos de (des)identificação das receptoras com os estilos de vida que demarcam as distinções entre as classes no cotidiano. Todas as informantes se desidentificam com o estilo de vida das personagens “vulgares”, “bregas”, “chamativas” e “extravagantes”: as da alta e média classe média, por acreditarem que



16º

COLÓQUIO
DE MODA

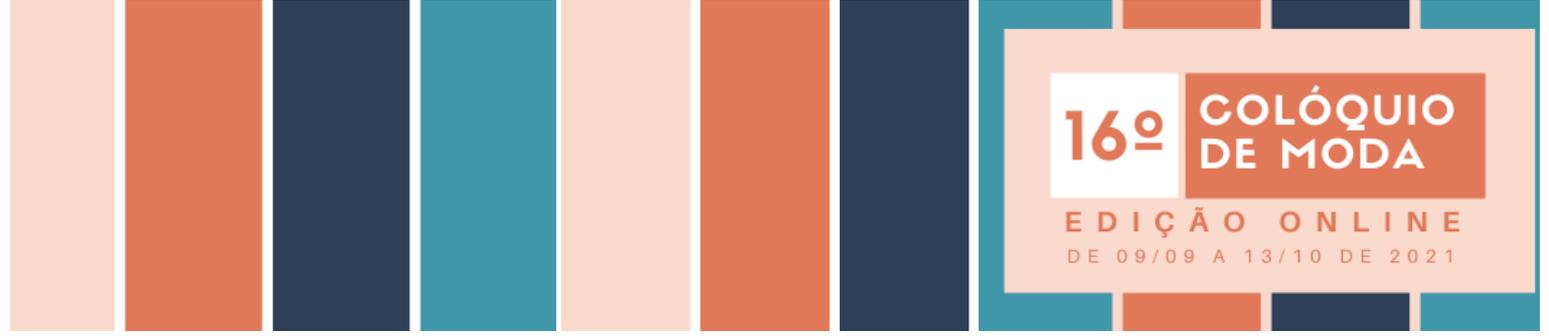
EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

essas características refletem a realidade das classes populares fora das telas, logo, não as representam, enquanto as de classe popular não se reconhecem nessas representações dominantes das mulheres pobres, e por isso, as rejeitam. Sobre os processos de identificação, todas elas se identificam e/ou se projetam nas representações femininas que são elegantes, chiques, trabalhadoras, batalhadoras, boas mães e bonitas: o ideal de mulher perfeita e que dá conta de tudo, majoritariamente pertencentes aos núcleos das camadas médias e altas de *A Regra do Jogo*, o que demonstra que há um *habitus* de gênero compartilhado entre todas elas, independente da classe social, havendo também uma leitura compartilhada de que essa mulher perfeita é geralmente aquela que não pertence aos setores populares.

A sobredeterminação do *habitus* de classe, contudo, se mostra principalmente nas diferentes interpretações que essas mulheres fazem do “realismo”, “romantização” das classes baixas e nos processos de identificação com o figurino das personagens, que variam conforme a posição social de nossa amostra. Há, entre as frações alta e média da classe média, uma identificação com o estilo das personagens de uma elite estabelecida, como Belisa e Nora, acompanhadas das justificativas sobre o comportamento, a educação, a discrição e a elegância, características dos que detêm não apenas o capital econômico, mas também o simbólico. Já entre as receptoras da classe popular, a naturalização do bom gosto das classes dominantes não garante a identificação ou projeção relativas aos modos com os quais os personagens da elite estabelecida moldam seus corpos. Não é a elegância natural, chique, conservadora, requintada e despreziosa do estilo de vida das classes mais altas que lhes despertam identificação ou projeção, mas sim o estilo único, diferente e chamativo de Atena, que possui a ousadia de quem não é necessariamente rico de berço, mas ainda assim se destaca entre os demais.

Referências

ALMEIDA, H. B. de. **Muitas mais coisas: telenovelas, consumo e gênero**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, Campinas, 2001.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2.ed. rev. Porto Alegre: Zouk, 2007.

DEPEXE, S. **Distinção em 140 caracteres: classe social, telenovela e Twitter**. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2015.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Editora Vozes. Petrópolis 2009.

HAMBURGER, E. **O Brasil Antenado**. A sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

JORDÃO, J. **Aparências de classe e hierarquias do cotidiano**. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2015.

LOPES, I V de. **Telenovela como Recurso Comunicativo**. MATRIZES, v. 3, n.1, 2009.

LOPES, I V de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, V. da R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARQUES, C. **Figurino “de classe”: a construção social do corpo nas telenovelas nacionais**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro.

MARQUES, C, DHEIN, G. **Las clases sociales en narrativas de telenovelas brasileñas**. Anais Congreso Internacional de Nuevas Narrativas. Universidad Autonoma de Barcelona, 2017.

MATTOS, P. **A mulher moderna numa sociedade desigual**. In: SOUZA, Jessé (Org.). A invisibilidade da desigualdade brasileira. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

NEWTON, E; WALTON, S. **The misunderstanding: toward a more precise sexual vocabulary**. In: VANCE, C. S (edit.). Pleasure and danger: exploring female sexuality. Boston: Routledg & Kegan Paul, 1984.

RONSINI, V. M. **Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RONSINI, V. et. al. **Distinção e comunicação na apropriação da moda pelos fãs de telenovelas**. In: LOPES, M. I. V. de. Por uma teoria de fças da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa. Porto Alegre: Sulina, 2017.

SOUZA, J. **A ralé brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

