



Cultura visual e consumo na telenovela *Dancin' Days* (1978)¹ registros locais de uma transição global

Solange Wajnman ²

Maria Gabriela SMC Marinho ³

Resumo: Nosso artigo situa a telenovela *Dancin' Days* dentro de um processo de transformação econômica, social, política e ideológica, a qual correspondeu uma intensa transformação da base material, entre o final dos anos 70 e ao longo da década de 80, cuja face mais visível pode ser identificada na ascensão da cultura do consumo e na vertiginosa expansão tecnológica que provocou uma reorientação da estética, do gosto, da visualidade e cujos elementos podem ser identificados nos aspectos de produção (cenário, figurino, técnicas visuais).

Palavras-chave: Telenovela, imagem, consumo

Abstract: *This article places the telenovela (soap opera) Dancing' Days within a process of economic, social, political and ideological transformation. Such transformation was followed by a deep change on material basis. It took place between the late 70's and 80's. The most evident aspect of this transformation can be seen on the rise of the consume culture and the rapid technological expansion, resulting in an aesthetical, tastelike, visualwise redirection. Its elements can be identified on the items of production (scenery, figurine, visual techniques).*

Key words: Telenovela (soap opera), image, consume

¹ Trabalho apresentado ao grupo de trabalho "Cultura das Mídias" do XV Encontro da Compós na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006

² Unip/SP, wajnman@aclnet.com.br

³ Universidade São Francisco, SP, gabiol@uol.com.br

A característica determinante deste trabalho está em situar o traço cultural de modernização e visualidade da telenovela *Dancin' Days* dentro da inspiração epistemológica das formulações weberianas (1993) e ao mesmo tempo do contexto dos estudos da materialidade sistematizada por Hans Ulrich Gumbrecht (1998). Isto equivale a dizer, no primeiro caso, que consideraremos como abordagem inspiradora a "rede de conexões" elaborada por Weber. Assim, "não se trata de saber a que fórmula se deve subordinar o fenômeno" (no nosso caso a cultura massiva e a visualidade) "a título de exemplar, mas sim a que constelação deve ser imputado como resultado". Em outras palavras, aquilo que é cultura moderna e visual em *Dancin' Days* deve ser contextualizado histórica e socialmente para que se perceba como a telenovela se insere em um processo global. Ao mesmo tempo, realizando nossa investigação dentro da abordagem não hermenêutica de Gumbrecht daremos singular atenção à ocorrência de formas que sustentam os meios, em sua materialidade específica. Assim dentro uma perspectiva histórica relacionaremos as formas da tecnologia da televisão, do cenário, do figurino utilizado e da narrativa à ordem da cultura eletrônica.

1 As bases históricas da cultura do consumo

4 Filmes, romances, músicas, vestuário, entre outras manifestações de consumo cultural, oferecem indicadores dessa tendência. De um ponto de vista temático, no interior dessa produção, destacam-se filmes e livros sobre *Wall Street*, entre os quais, um dos grandes hits do período, *Fogueira das Vaidades*, livro de Tom Wolfe, transposto para o cinema e estrelado por Tom Hanks. Outro filme-símbolo da época foi *Gigolô Americano*, de Paul Schrader, com Richard Gere. Conferir, por exemplo, John Taylor (1993: pp.147-192). Amir Labaki (1991) apresenta também uma análise relevante sobre o tema e aponta um outro elemento dominante no período, a dimensão tecnológica e a questão dos efeitos especiais presentes na produção cinematográfica: "(...) *Em larga medida o cinema dos anos 80 retoma o dos 70, de forma mais radical e num patamar mais complexo (...) o desenvolvimento técnico do cinema, sobretudo na área dos efeitos especiais, cristaliza-se em 1977 num dos maiores sucessos de bilheteria de todos os tempos Guerra nas Estrelas (Star Wars) (...). Star Wars tornou-se o protótipo do filme americano do período. Seus elaborados efeitos especiais obrigam o espectador a sair de casa para usufruí-lo como se deve, frente à maior tela possível*" (Labaki, 1991: 11-12).

5 No final de 1973 os principais países exportadores de petróleo que formavam a OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo) triplicaram o preço do barril, provocando uma crise mundial e dando origem ao que ficou conhecido como o Primeiro Choque do Petróleo, primeira crise conjuntural séria do Pós-Guerra. O segundo choque ocorreu entre 1979-1981, quando a OPEP impôs novamente um forte aumento no barril de petróleo. A ambos choques seguiram-se períodos de grave recessão que enfraqueceram os sindicatos e possibilitaram o aumento da lucratividade do grande capital, então já aderindo intensamente aos processos de automação. Conferir Singer (1987:60-61).

6 Para Singer, "a prosperidade do período 1945-1970 foi possibilitada por uma distribuição da renda a favor dos assalariados e a favor do Estado, sem prejuízo do capital, isto é das empresas privadas, graças à expansão acelerada da produtividade do trabalho. Quando esta expansão se desacelera, surge um sério conflito distributivo entre trabalho, capital e Estado" (Singer, 1987:58-59), que promoverá um reordenamento institucional de grandes proporções. Por meio desse reordenamento, o Estado "desobriga-se" da assistência, ao cidadão que deverá ele próprio responsabilizar-se pela obtenção de sua segurança social (Saúde, Educação, Previdência, entre outros aspectos).

7 Conferir Schaff (1990) e Dertouzos (1998)

As condições históricas nas quais a novela, exibida em 1978 pela Rede Globo de Televisão se inserem, compreendem um processo de mudança global, em termos econômicos e culturais, bastante demarcado a partir de meados da década de 1970 que culminou, nos anos 1980, com a emergência de um padrão exacerbado de valorização do consumo de luxo, ostentação de riqueza e culto ao individualismo. A representação social mais evidente dessa cultura de consumo consubstanciou-se na figura do *yuppie*, largamente abordada na produção do cinema norte-americana do período **4**, e que correspondeu a um amplo processo de reordenamento social, político, econômico e tecnológico em escala mundial.

Trataremos de recuperar, a seguir, em suas linhas gerais, alguns aspectos desse processo que promoveu, no curto espaço de uma década, a transição dos valores coletivistas da contracultura e da contestação política dos anos 1960, para a cultura do consumo da década de 1980. Nesse sentido, a década intermediária, os anos 70, são cruciais para a compreensão dessa transição, desse deslocamento de valores, transformações que se processaram em termos globais e também localmente, em direção a uma cultura do luxo, riqueza e ostentação. Desse modo, podemos identificar, já no final dos anos 1970, contexto no qual a novela foi exibida, algumas características centrais deste período de transição, inclusive em termos de materialidade e visualidade, como será trabalhado na segunda parte deste artigo.

De um ponto de vista global a década de 1970 sofreu duas grandes crises econômicas, de impacto mundial, representadas pelos choques do petróleo, ocorridos em 1973 e 1979 **5**. Economistas e demais intérpretes sociais consideram estes eventos como representativos do fim de um período de crescimento econômico e desenvolvimento social sustentado pelas políticas keynesianas do pós-guerra. A crise do petróleo aponta para a decadência do *Welfare State* ou *Estado do Bem-Estar Social*, programa pelo qual os países de economia central se responsabilizavam, desde o final da Segunda Guerra Mundial, por políticas abrangentes de proteção coletiva, destinando orçamento público de vulto para ações como seguro-desemprego e assistência previdenciária extensivas, auxílio-maternidade, atendimento à infância, sistema de saúde e educação de qualidade, entre outros itens **6**.

Por outro lado, entre 1979 e 1980, a ascensão de dois líderes mundiais conservadores, em duas das principais potências internacionais, respectivamente, Margareth Thatcher, no Reino Unido, e Ronald Reagan, nos Estados Unidos, fixou o surgimento de uma nova ordem política - o chamado *Neoliberalismo* - que sustentaria nas décadas seguintes um amplo processo de integração econômica e unificação de mercados consumidores, a que se convencionou denominar *Globalização*.

De modo paralelo a essa reconfiguração política e econômica global, outro fenômeno, de natureza científico-tecnológica, assumia também escala e impacto mundiais: a revolução microeletrônica com a crescente expansão da chamada *sociedade informática* **7**, que permitiu não só a comercialização dos primeiros computadores pessoais nos Estados Unidos, no início da década de 1980, como alterou radicalmente a estrutura produtiva e as relações de trabalho a partir de um amplo e disseminado processo de automação. É nesse contexto institucional que

veremos emergir nos anos 80, a cultura do luxo, da ostentação, do individualismo, assentado sobre uma larga oferta de novos serviços comerciais, telecomunicações e produtos eletrônicos de consumo e lazer tais como videocassetes, computadores pessoais, telefones celulares, *paggers*, videogames, antenas parabólicas, expansão das tvs a cabo, robótica e mecatrônica, automação bancária e comercial, leitura ótica, e mais tarde a própria Internet.

Podemos detalhar um pouco mais o significado destes eventos econômicos, políticos, tecnológicos, entrelaçados na constituição de um *ethos social* qualitativamente distinto que se configurou entre meados dos anos 1970 e início da década de 1980. A derrocada do sistema de *bem-estar social*, a ascensão conservadora e uma nova base material de consumo e lazer permitiram a construção de um novo imaginário coletivo, analisa Gentili:

(...) O neoliberalismo (...) expressa e sintetiza um ambicioso projeto de reforma ideológica de nossas sociedades: a construção e a difusão de um novo senso comum que fornece coerência, sentido e uma pretensa legitimidade às propostas de reforma impulsionadas pelo bloco dominante. Se o neoliberalismo se transformou num verdadeiro projeto hegemônico, isto se deve ao fato de ter conseguido impor uma intensa dinâmica de mudança material e, ao mesmo tempo, uma não menos intensa dinâmica de reconstrução discursivo-ideológica da sociedade, processo derivado da enorme força persuasiva que tiveram e estão tendo os discursos, os diagnósticos e as estratégias argumentativas, a retórica, elaborada e difundida pelos seus principais expoentes intelectuais (...)(GENTILI, 1996, pp10-11)

Essa é a dinâmica que nos interessa reter, ou seja, como a novela **Dancin'Days** encontra-se imbricada nessa vertente de transformação econômica, social, política e ideológica, a qual correspondeu uma intensa transformação da base material, cuja face mais visível pode ser identificada na ascensão da cultura do consumo e na vertiginosa expansão tecnológica que provocou uma reorientação da estética, do gosto, da visualidade, cujos elementos podem ser identificados na telenovela.

Trata-se de um ambiente imaginário de cores, luzes, roupas, criado pela telenovela e que está em sintonia com uma urbanização crescente das metrópoles brasileira. De fato, discotecas, *shopping centers*, supermercados, objetos para consumo e indústria da moda começam tomar força no Brasil ao longo da década de 1970.

2 O imaginário visual urbano: a discoteca, o shopping center e o marketing

A discoteca, cujo nome inspira a telenovela e a partir da qual uma visualidade colorida se consolidará, está desde logo associada a um projeto urbano modernizante: o *shopping center*. O próprio nome da telenovela, nome da boate criada por Nelson Motta, funcionava em um *shopping center* na Gávea no Rio criado em 1976, novidade para a época. Supermercados e *shopping centers* tornam-se o alvo de consumo da classe média. Na década de 70, foram substituindo as feiras livres e os empórios produzindo novos hábitos de consumo e até uma nova ordenação do espaço urbano. Cabe pensar neste momento que a estruturação destes estabelecimentos contém uma estética de desorientação.

De fato, como observa Steven Johnson (2001:37) um ambiente de compras financeiramente bem-sucedido é aquele que nos confunde, que nos desorienta, que nos mantém caminhando, acarretando maior exposição a mercadorias que podemos de repente ser compelidos a comprar. Ele acrescenta que este mesmo princípio orienta a localização aparentemente ilógica das escadas rolantes em *shopping centers* de muitos pavimentos, escolhidas especificamente para nos forçar a dar uma última volta pelas vitrines. Ele ainda observa que o *shopping center* contemporâneo - com suas vitrines profundas, saturadoras de sentidos e o projeto confuso de seus pavimentos - é o equivalente espacial do estilo publicitário da MTV dos nossos dias.

A estética do marketing acompanha este contexto social. O acelerado crescimento econômico que se verificou no Brasil no início dos anos 70 fez com que o país ingressasse finalmente na sociedade de consumo, definida pelo publicitário Celso Japiassu como " a busca da felicidade através da posse de bens". Assim foi possível assistir a um constante desfile de lançamentos, aguçando a concorrência ou criando mercados completamente novos: iogurtes, aparelhos de som, fitas gravadas passam a disputar a preferência do público. Num movimento paralelo, o comércio retocou a face de suas lojas para receber as ondas crescentes de consumidores, devidamente acionados pelos apelos da publicidade. Os negócios prosperaram com a utilização do marketing. O marketing tratava de fazer toda a produção da empresa girar em torno do mercado, gostos e necessidades do consumidor. Assim cuidava-se da embalagem, da qualidade do produto, da concorrência, da distribuição, e das campanhas publicitárias, precedidas de ampla pesquisa de mercado (ABRIL: 1986:83).

A moda também se moderniza. Para Paulo Borges (2003:326) toda história empresarial da moda foi construída nos anos 70. As pessoas, as marcas, os designers, as grandes empresas e a febre de boutiques que assolava o país como uma onda *Prêt-à-porter*. A roupa começava a interessar o cidadão comum brasileiro pela carga comportamental que havia ganhado com os movimentos jovens dos últimos anos. A competição acirrada estava empurrando o mercado, estimulando o desenvolvimento do produto, do marketing e do comércio e, conseqüentemente, aumentando o consumo. Tal corrida fez com que pequenas fábricas se transformassem de um dia para outro em grandes indústrias. Observava-se principalmente, apesar da ascendência das lojas de departamento uma reação do mercado que demandava uma roupa com identidade de marca.

Neste sentido, a telenovela **Dancin' Days** inova como espaço para o *merchandising*. É o próprio Daniel Filho que nos afirma na entrevista concedida que "a utilização da discoteca ajudou a ter um cenário que era praticamente um anúncio". As marcas em néon dos produtos e as cores estavam por toda a parte.

Nestes termos a inclusão do *merchandising* dentro de telenovelas como o novo conceito de negócios da época é relevante como administração moderna. Segundo Beatriz Velho (2000:13-42) entre 1979 e 1980 observou-se tanto um caso de sucesso de *merchandising* explícito de uma marca quanto da difusão de uma nova moda a partir desta telenovela **8**.

Destaca-se neste contexto a importância da introdução da cor na TV que pode dar uma dimensão maior ao produto. É interessante aqui também o depoimento de Marcio Paes profissional que trabalhava com vídeos publicitários a partir de meados de 70 na Rede Globo. Quando perguntado sobre se a cor alterava a percepção da televisão ele diz:

8 Beatriz Velho observa que "No primeiro caso, refere-se ao sucesso de vendas que o jeans Staroup conseguiu obter após algumas aparições da personagem Júlia Matos, interpretada por Sônia Braga vestindo suas calças no salão da boate "quente" da novela. Isso foi suficiente para, segundo dados fornecidos por Durand (1988), fazer saltar as vendas de 40 mil para 300 mil calças por mês. Ao final da novela, o patrocinador já havia coberto todo seu gasto, estimando que as reapresentações da novela no exterior e as exportações e contratos de licença proporcionariam ganhos extras. E foi exatamente o que aconteceu, conforme relata Graell, examinando o caso específico de Portugal: "O lançamento da marca Staroup no mercado de Portugal coincidiria com o início da apresentação da telenovela Dancin' Days na Rádio e Televisão portuguesa. (...) a repercussão obtida no mercado de Portugal foi avaliada pelo volume de vendas atingido quinze dias após seu lançamento: cem mil peças. O volume previsto para doze meses de vendas era de duzentas mil peças. O segundo exemplo, dentro da mesma novela, refere-se mais à difusão de um conceito de moda do que de uma marca específica: as meias brilhantes e coloridas e as sandálias altas da mesma personagem, de Sônia Braga, viraram febre nacional. Segundo Durand, 'se espalharam do dia para a noite, infestando tudo o que era boate, festa ou discoteca dos quatro cantos do país.'"

"A cor é parte da informação publicitária, é parte da linguagem cinematográfica. Ela passa a ser, porque até então a gente trabalhava com cinza e preto, só isso aí. E de repente a cor é importante e você colocar uma roupa com determinada cor tem significados que de repente não tinha. O próprio produto começou a mudar, ele começou a ser mais colorido porque o produto ficava embaixo do balcão, ele não era exposto. No supermercado, ao contrário, você vai desfilando junto com os produtos, você vai escolhendo os produtos entre outras coisas pelo visual deles. As cores mudam o sentido das informações."

Percebe-se, pois, que a sensibilidade estética esteve, portanto, vinculada a uma série de elementos advindos da própria modernização urbana.

3 A evolução da tecnologia na TV

A telenovela *Dancin' Days* se insere dentro de um quadro de avanços tecnológicos que dá à televisão uma maior dimensão visual. Da linguagem radiofônica do início da TV, que a caracterizava como um rádio com imagens, à TV dos anos 70, que busca nos diálogos de aproximação e de diferenças com o cinema, uma linguagem visual vai sendo cristalizada.

De acordo com Ortiz (1989:123), em 1976, Adilson Pontes Malta, diretor geral da Central Globo de Engenharia, apontava as mudanças que considerava "revolucionárias" na televisão. Ele comenta que a mais importante foi a introdução do videoteipe permitindo a correção dos erros e que chegam em seguida outras invenções e aprimoramentos. Ele cita o aparecimento dos componentes em estado sólido (transistores e circuitos integrados) que davam maior confiabilidade aos equipamentos e melhorava o sinal de vídeo além das novas válvulas de captação de imagens que tornavam as câmeras mais sensíveis. Acrescenta ainda os editores e programadores para emendas eletrônicas de VT que agilizavam os cortes e superavam o artesanato das emendas mecânicas. Soma-se ainda o gravador de vídeo em disco, que permitiu sofisticar as imagens obtendo câmera lenta, imagens "correndo" ou "congeladas" e os equipamentos para transmissão em cores. Observa que os gravadores-reprodutores profissionais de videocassete permitiram a reprodução de comerciais nos intervalos por um processo automatizado já que uniformizavam os sinais de áudio e vídeo e finalmente podemos concluir a partir de todas estas observações que as câmeras e gravadores de videoteipe com dimensões reduzidas que facilitavam as gravações externas e a introdução da cor traziam para a televisão a concretização tecnológica de uma linguagem televisiva. E a telenovela dos anos 70, sobretudo *Dancin Days*, participa deste processo.

Quando perguntado se houve alguma especificidade na maneira de gravar esta novela em relação às anteriores, seu diretor Daniel Filho ⁹ respondeu: "*Minha maneira de gravar, sempre foi muito cinematográfica, portanto as IKEGAMIs, câmeras portáteis deram uma ajuda nesta linguagem, que era feérica. Vivíamos a era dos Dancin' Days!*". De fato, estas câmeras portáteis deram muito maior mobilidade e qualidade para as cenas externas que também eram novidades nas telenovelas. Cenas externas, raras e incipientes nas telenovelas até então, começaram a se propagar aqui e veiculadas por esta câmera. Cenas como aquelas do pôr-do-sol na praia, vôos de asa delta, puderam ser veiculadas com qualidade. Além disto, como observa Renato Ortiz, nesta telenovela, em geral a câmera surge mais solta. Como ele lembra logo no capítulo inicial, quando Júlia

sai da prisão, a câmera na mão gira em torno da personagem que abraça Milton Moraes. Mais adiante, na cena da prisão de Júlia, podemos ver uma tomada feita do alto de um prédio, com carros da polícia correndo pelas ruas." Tudo isto constituía novidade para a época.

Ao mesmo tempo, encontramos as cenas montadas à maneira de um videoclipe tanto da discoteca quanto das imagens de abertura e encerramento, também novidades na televisão brasileira. Já o cenário da discoteca se constituía como um espaço multicolorido e repleto de néon, que chamava atenção pela sua ousadia e originalidade dentro do contexto das telenovelas da época. Uma revista de televisão da época nos fornece a caracterização completa deste cenário:

"Numa área de 16x 8m do estúdio de Herbert Richers, a Frenetic Dancin'Days ganhou decoração pop art e op-art em posters gigantes, personagens de histórias em quadrinhos (Barbarella, Valentina, etc) envolvidos em aventuras eróticas legendadas em inglês e alemão); Proporcionou efeitos de fumaça obtidos com a espuma do extintor de incêndio, pendurou no teto uma bola espelhada de 20k com 1.20 m de diâmetro, espelhado igualmente em um teto laminado e prateado, de 80m, 50 refletores e 4.200 lâmpadas funcionam ligadas a um computador que opera automaticamente através de um memorizador, tem 40 painéis de acrílico, máquinas de fliperama, pipoca salgada, algodão doce e três lances de arquibancada. 'Um drugstore', observa o cenógrafo." (Amiga n.439 out/78)

É a partir da estilização deste cenário cheio de néons que as imagens de abertura e encerramento se inserem. É bem verdade que a vinheta de abertura constituía-se como um processo manual ainda não eletrônico. Ela era estruturada por fotos e animação de máscaras. Tratava-se de animação de fotografia, sobreposição fotografias e máscaras, trabalho feito com película. Constituía-se, no entanto, um avanço em termos de lógica visual.

De qualquer forma, é facilmente constatável que a abertura de **Dancin' Days** de imagens muito coloridas com movimento e em néon, é familiar à própria estrutura material da televisão tal qual esta se articulava na época da telenovela. Pode-se dizer que se tratava de um caso exemplar em que o sentido da narrativa se expressou por meio da própria materialidade televisiva. O discurso visual da abertura da novela foi enunciado no código de luz, o que equivalia à língua da TV.

Assim a formação das imagens por impulsos luminosos diretamente no olho do telespectador ligando o telespectador à natureza da luz e ao caráter efêmero da vida da imagem era evidenciado pela própria morfologia desta telenovela. Ao mesmo tempo, a baixa definição da imagem da televisão daquela época, que segundo Mc Luhan se caracterizou como meio frio por apresentar baixo teor de informação e uma qualidade tátil de apresentação, envolvia somaticamente o telespectador. Podemos dizer que esta abertura adequou-se à natureza de baixa definição da imagem na TV graças a qual o telespectador teve o alto grau de participação na mensagem levando a se envolver com o próprio corpo.

Assim, o que importa ressaltar é que o sentido da mensagem da abertura foi constituído pela materialidade específica da televisão, ou seja, a emissão de impulsos luminosos pelos quais o telespectador era envolvido, tomando ele também parte deste sentido. A pesquisa de Sônia Maria Fontonesi (1979) resume de maneira exemplar esta consonância:

"No caso desta abertura, o que se pode dizer é que não perde de vista esta natureza luminosa da tv; o que a torna voltada para a própria linguagem. A linha que na tv também é formada pela proximidade dos pontos adquire aqui um caráter extremamente luminoso e esquemático, a linha de luz néon traz para o vídeo um signo de contexto urbano, que por sua vez já foi conquistado pelas discotecas. Esta linha de luz néon se não é formada por pontos luminosos como ocorre na tv, a sua natureza é proveniente da luz também. Seu contorno é sinuoso ou interrompido, adequando-se ao objeto apresentado de forma esquemática diante das possibilidades de manipulação do material-a linha fala a linguagem da luz. O tom que ocorre na natureza ao nível de percepção pela variação da luz ocorre também na tv desta forma que é a variação da luz a partir da fonte emissora de energia. Isto não ocorre na gráfica impressa onde a natureza é a dos pigmentos que trabalham a luz de forma diferente. A natureza luminosa do tom é percebida durante toda essa estrutura desta apresentação, tanto isso é verdadeiro que esta natureza se perde quando se observa apenas as imagens paradas coletadas no vídeo através da fotografia. A sensibilidade captada nestes videogramas parados é a do 'ektachrome' - quando a abertura conta com o movimento, a luz participa. A cor aqui como consequência direta da luz (sem pigmento) é trabalhada de forma vibrante criando caráter emocional, tomando-se aliada aos outros efeitos como o movimento (que também é vibrante) e proporcionando uma experiência visual extremamente penetrante. Todos os elementos visuais têm individualidade para modificarem-se e de fundirem-se mutuamente. É o processo chamado de escala e que insere também o espectador no espaço vivencial da discoteca(...)As tomadas percorrem o corpo do telespectador (...)A estrutura geral caminha dos pés aos rostos em close com movimentos intermediários que acentuam a própria idéia do movimento enquanto tal. Assim uma narrativa dentro da outra, dentro da outra...um labirinto semiótico."

De fato, esta novela marca uma forma de configuração visual bastante singular em relação às novelas que a antecederam porque consegue se inserir na lógica da linguagem visual própria ao meio televisivo contribuindo assim para uma acoplagem entre narrativa e forma visual. Cada vez mais com os recursos tecnológicos que descrevemos acima, a televisão vai ganhando mais mobilidade podendo abandonar o estúdio, o figurativismo e ganhar em abstração gráfica. Assim, a incorporação da paisagem externa, a introdução dos recursos da imagem gráfica e os cenários e figurinos e técnicas de gravação trabalhados por novas tecnologias de produção compuseram em conjunto a narrativa. Todos estes fazendo parte do texto. Tais recursos, nesta telenovela em singular, contribuem para pensarmos na importância da forma material. Primazia da materialidade, que sendo uma característica evidente nesta novela, legitima o recurso epistemológico da nossa pesquisa.

4 Figurino e Inspiração Urbano Tecnológica

Outra forma material relevante nesta telenovela que merece destaque é o figurino. Além de ser uma das primeiras telenovelas a expandir o conceito de moda massiva, o figurino que a constitui é em grande parte inspirado nos aspectos visuais, modernos e tecnológicos da vida urbana. Marília Carneiro **10**, a figurinista da novela, inspirada no imaginário estético da época concebeu, em especial para a protagonista Júlia Matos, mas também para o grupo que participa da discoteca, roupas que inovam o padrão do vestuário e suas formas materiais. Segundo a figurinista sua inspiração foi mesmo o ambiente das discotecas internacionais que haviam se consolidado nos Estados Unidos e Europa com o sucesso de *Saturday Night Fever*. A figurinista teve o talento e espírito visionário ao colher as impressões visuais e as tendências tecnológicas da década pela observação do ambiente urbano. Franz Ambrósio, engenheiro têxtil e

proprietário do brechó "Minha Vó Tinha" que pesquisa figurinos para a ambientação histórica do figurino de televisão e cinema, afirma o papel inovador desta novela na difusão da moda internacional:

"(...) na época a gente não tinha a comunicação da internet como é hoje,, a coisa é imediata. Então o que acontece lá em Nova York, Londres, a gente vive hoje pela troca de informação. Na época da novela **Dancin' Days** a gente tem um atraso de um ano, dois anos. O que se iniciou lá demorou um pouco para começar como movimento real aqui. Ou seja, quem viajava trazia as referências e conseguia mexer aqui.

(...) a moda deu um salto depois desta novela, ou seja, houve uma ligação mais forte. O que era uma aldeia isolada tornou-se ligado internacionalmente. Mas veja, estamos falando no eixo São Paulo-Rio. Rio como lançador de moda e São Paulo o consumidor.

Na época quem fazia o lançamento e o consumo da moda era uma classe média A. O que hoje as pessoas se inspiram na moda street wear, na moda das pessoas mais simples, na moda de rua, para transformar numa moda mais sofisticada, na época acontecia o contrário. Da sofisticação partia-se para as camadas mais baixas no que diz respeito ao consumo, Isto porque quem viajava é que idealizava e trazia as informações. Na época as viagens internacionais ou mesmo o consumo internacional era para uma classe A apenas. Não havia o crediário, não havia o consumo do cartão de crédito, então você tinha que ter dinheiro vivo. Então o consumo era feito pela classe A para depois ir pra classe mais baixa. E quem popularizava era a novela. A novela que ia trazer o consumo chic, que iria trazer o comportamento global para as pessoas de menor poder aquisitivo. E hoje continua esta forma de espelhamento, mas na época foi um estrondo. E esta novela foi um marco com relação a isto. As pessoas poderiam se vestir igual. Assim uma pessoa da classe D poderia se vestir e se comportar como uma pessoa da classe A que viajou. Então houve uma quebra desta barreira social. As revistas de novela também contribuíram neste processo, as pessoas podiam copiá-las."

É interessante perceber neste depoimento o papel das telenovelas e em especial de **Dancin' Days** na orientação estética do consumo nas grandes cidades brasileiras. Além disso, como escrevemos acima, esta telenovela tem um impacto grande do ponto de vista do *merchandising* dos jeans *staroup*, da marca *Fiorucci*, caracterizando-se ao mesmo tempo como pioneira neste aspecto mercadológico e na propagação do conceito de moda urbana. Destaca-se, com ênfase, ao lado do jeans, os elementos que compunham o figurino da discoteca: a meia de lurex, a sandália plataforma, a calça vermelha que nas palavras de Marília Carneiro "era um modelito pré-adidas", alguns tecidos sintéticos como o *jersey* e tecidos leves como ao crepe de *chiffon*.

Quanto aos tecidos utilizados o engenheiro têxtil observa uma razão óbvia:

"(...) os materiais usados eram os paetês, muita malha, os crepes *chiffons*. Por que os crepes *chiffons*? Por que eram tecidos leves e eles permitiam os movimentos de roda, que se girasse, que se mostrassem as pernas, que se brincasse com isso..(..)".

Mas não é somente como difusora de moda que a novela é pioneira. Ela é pioneira também porque introduz a partir do figurino características que refletem uma civilização urbana tecnológica. Como afirma o engenheiro têxtil Ambrósio sobre a questão técnica dos tecidos:

"(...) Os tecidos utilizados eram sintéticos, mas não tecnológicos no sentido que permitissem uma boa respiração do corpo, da pele. A forma de costura e fabricação, você não conseguia batê-lo simplesmente num overloque. Ele não permitia isso, ele desfiava..Mas já é um começo do que viria ser tecnológico. Por que são tecidos que são pra dançar, pra mostrar o corpo. O tecido vai se acoplando ao corpo só que ele não é tecnológico no sentido que a gente conhece."

Hoje com tecnologias apropriadas de produção temos um tecido que "respira", molda-se ao corpo, enfim uma série de características tecnológicas. Na época, no entanto, podemos pensar que já temos um protótipo do que viria suceder. O engenheiro têxtil continua:

"(...) o *jersey* é um tecido típico da época, é um tecido mole, é um tecido Dancin'. Era um tecido sintético mas que não respirava. Hoje você tem um *jersey* mais avançado tecnologicamente que respira com a peça, com a pele. Mas era um tecido mole que marcava as curvas do corpo, ele prendia bem a cintura, então ele trazia uma desestrutura na forma."

O próprio *lurex* utilizado no figurino já implicava em uma conquista tecnológica que se desenvolveria depois do período da telenovela. Oriundo da fibra de alumínio, transformou-se desde 1950 em tecido metálico. O que era usado em tecidos bordados, pesados e caros, é transformado num fluido metálico, sofisticado e maleável. Depois de 78 o *lurex* ainda sofreu alterações tornando-se mais maleável, podendo ser colorido e envolto em proteção de plástico, prevenindo manchas e irritação para a pele.

Tais tecidos "inteligentes", como se convencionou chamá-los, são o desenvolvimento tecnológico das fibras sintéticas. No seu início, a partir da Segunda Guerra, eles tomam grande impulso após as estratégias bélicas da II Guerra e consolidam-se entre os anos 50 e 70 na estrutura do *boom* petroquímico. Naquele momento, o náilon, tergal, acrílico e poliéster foram os tecidos compostos por estas fibras. Apesar de várias inovações, esses tecidos ainda apresentavam vários problemas como mau cheiro e perecibilidade. A partir dos anos 80 a produção de fibras químicas tem obtido um grande crescimento, enquanto as fibras naturais caminham em sentido inverso.

No Brasil a tecnologia da indústria têxtil se modernizou a partir dos anos 90 quando a importação se abriu. O que é importante ressaltar aqui é o fato destas novas fibras potencializarem e complementarem a atuação do corpo através da tecnologia. O corpo ganha maior equilíbrio e maior otimização de suas funções: conforto, agilidade, proteção, desempenho. O figurino de **Dancin' Days** certamente coloca-se como prenúncio do que estaria por ocorrer.

5 Considerações finais

Imbricada em uma vertente de transformação econômica, social e política, como descrevemos anteriormente **Dancin' Days** contribuiu para provocar um direcionamento da estética, do gosto e da visualidade. Mostrou-se como índice exemplar de um processo complexo que desembocou no consumo com suas características de modernidade, individualismo e lazer, elementos assentados em larga escala nas inovações tecnológicas. A telenovela esteve em consonância com a modernização da cidade, da televisão e da moda. Através da descrição e genealogia dos significantes tais como cenário, roupas e tecnologia pudemos relacionar este vínculo.

A imagem tomada neste cenário e neste movimento é imagem fragmento, imagem pulsação, imagem velocidade. Tal como a cidade (vitrines, vestuário, elementos materiais urbanos como painéis, jogos de luzes, néons inserção publicitária etc) e a moda (transparências, brilhos, formas moldáveis ao corpo) a telenovela e a sua tecnologia de produção participam de uma mesma cultura introduzida pela ordem da cultura de massa e de sua vertiginosa tecnologia.

A identificação com o telespectador ainda é facilitada pela forma narrativa muito mais próxima do cotidiano e ao imaginário da época. Consolidando as idéias lançadas anos atrás em Beto Rockefeller, **Dancin'Days** retoma

" o emprego da linguagem coloquial (a gíria carioca foi bastante utilizada); a interpretação naturalista (os atores se acostumaram a interpretar para três câmeras e a se postar naturalmente); a trilha sonora (Caetano Veloso e a música pop internacional); a referência a fatos reais (a discussão sobre o fenômeno da psicanálise, em moda no Rio de Janeiro, e da reintegração de ex-presidiários na sociedade)"(NOGUEIRA,1994,pp:124-125).

Por todas estas conexões podemos dizer que **Dancin'Days** veiculou na mais importante rede de televisão brasileira um modelo de consumo e cultura visual que seria desenvolvido e ampliado hegemonicamente nos anos subseqüentes com um padrão muito próximo daquele que ela antecipou em 1978.

6

Referências Bibliográficas

- ABRIL CULTURAL(org.). *Nosso século, 1960/1980 Sob as ordens de Brasília*, 2a parte. São Paulo, 1986
- BIANCO, Giovanni e BORGES, Paulo. *O Brasil na Moda*. São Paulo, Editora Caras, 2003.
- BORELLI, Silvia. "Telenovelas Brasileiras, balanços e perspectivas" in *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, Scielo, vol.15, n.3, 2001
- DETOUZOS, Michael. L. *O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas*, São Paulo: Companhia das Letras, 1998
- FONTANESI, Sonia Maria. *Análise dos pontos abertura e encerramento de telenovela*. São Paulo, Centro Cultural, 1979, monografia.
- GENTILI, Pablo. "Neoliberalismo e educação: manual do usuário" in SILVA, Tomaz Tadeu GENTILI, Pablo (orgs.) et alii. *Escola S. A.* Brasília: Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (CNTE), 1996
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Corpo e forma: ensaios para uma crítica não hermenêutica*. Rio de Janeiro, Ed UERJ, 1998.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface- ,como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2001
- LABAKI, Amir (org.) et alii. *O cinema dos anos 80*. São Paulo: Brasiliense, 1991, 344p.
- MOTTA, Nelson. *Noites Tropicais*. Rio de Janeiro, Objetiva, 2000.
- NOGUEIRA, Lisandro. *O autor na televisão*. Goiânia: Ed. Da UFG; São Paulo: Edusp, 2002.
- ORTIZ, Renato et al. *Telenovela, história e produção*. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1989
- SCHAFF, Adam. *A sociedade informática: as conseqüências sociais da segunda revolução industrial*. São Paulo: Ed. Unesp, 1990.

SINGER, Paul. *O capitalismo: sua evolução, sua lógica e sua dinâmica*. São Paulo: Moderna, 1987.

TAYLOR, John. *O circo da ambição: cultura, riqueza e poder nos anos yuppies*. São Paulo: Scritta, 1993.

VELHO, Beatriz. "Intermediação dos conceitos de moda através do 'merchandising' nas telenovelas", in *Cadernos discentes COPEAD*, Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, número 1, 2000.

WAINMAN Solange "A cultura digital na moda contemporânea" in *Revista Fronteiras, estudos midiáticos*, São Leopoldo-RS, programa de pós graduação em Ciências da Comunicação, Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Volume IV, número 1 .

WEBER, Max, *Metodologia das Ciências Sociais*. São Paulo, Cortez, Campinas; SP; Ediora da Universidade de Campinas,1993.