



AS TELENÓVELAS BRASILEIRAS E O CAMPO DA MODA

Bonadio, Maria Claudia; mariacbonadio@uol.com.br

RESUMO

A revista *Manequim* começou a circular em 1959 e hoje se constitui na revista de moda mais longeva em atividade no Brasil. Contemporaneamente, as capas da referida revista costumam trazer fotografias de atrizes ou apresentadoras de televisão. Nesta comunicação pretendo observar de que modo as referências à “moda de novela” irão na década de 1980 ganhar espaço na publicação, ocupando na revista o lugar que até então era dos “costureiros brasileiros”, ou seja de grande “criador” de modas. Intento observar ainda, como a “moda de novela”, quando divulgada em *Manequim* acaba por apagar as referências às marcas que originalmente produziram as peças usadas pelas personagens tornando as roupas ali divulgadas apenas “o vestido da personagem fulana”. Se por um lado, as telenovelas colaboram para a difusão de tendências e podem ser consideradas no Brasil parte importante do campo da moda, por outro acabam em certa medida por invisibilizar marcas e criadores com vistas a reforçar a ideia de que as modas teriam sido “criadas” e difundidas quase que “magicamente” pelas telenovelas e quando muito, por suas figurinistas. Para o desenvolvimento desta análise foram pesquisados todos os exemplares da revista que circularam entre 1973 (ano da criação do departamento de figurino na Rede Globo) até 2002, ano em se encerrou a exibição de *O Clone* e período no qual a internet passa a rivalizar com a mídia impressa na divulgação de tendências de moda.

Palavras-chave: moda; telenovelas; revista *Manequim*