

A representação dos imaginários de sucesso do empreendedorismo feminino na telenovela "A Dona do Pedaço": A construção da personagem Maria da Paz¹

Claudia Yukari Yamashiro²

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP (ESPM/SP)

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de analisar a construção e a transmediação da personagem ficcional Maria da Paz, ao estudar a representação dos imaginários de sucesso acionados na construção da personagem pelo autor Walcyr Carrasco. Foi realizada uma pesquisa exploratória que visa entender conceitos de construção de mundos e personagens ficcionais em telenovela brasileira, além de analisar a personagem por uma ótica de mobilidade social, questões de classe e mundos mentais. Autores como: Maria Immaculata Vassallo de Lopes, Pierre Bourdieu, Pitirim Sorokin, Henry Jenkins e Jean-Paul Sartre são acionados para o embasamento teórico/conceitual deste artigo.

PALAVRAS-CHAVE: Telenovela brasileira (1); A Dona do Pedaço (2); Imaginários de Sucesso (3); Empreendedorismo Feminino (4); Maria da Paz (5).

Introdução:

“A Dona do Pedaço” é uma telenovela brasileira, produzida e exibida originalmente pela TV Globo entre os meses de maio a novembro de 2019, na faixa de horário das 21h. A telenovela foi escrita por Walcyr Carrasco e contou com direção geral de Amora Mautner. “A Dona do Pedaço” teve no total 161 capítulos, com duração média de 60 minutos cada.

A audiência da telenovela somou números expressivos pela contagem de audiência do IBOPE, detalhada pelo site O TV Foco³, do grupo editorial Metrôpolis. A telenovela apresentou uma média geral de 35,97 pontos de audiência, dessa média, o menor registro de audiência apontou 28 pontos (em 3 sábados dos primeiros 2 meses de exibição da telenovela) e o maior registro de audiência apontou 45 pontos (no penúltimo

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) pela ESPM/SP, Especialista em Comunicação Empresarial Transmídia pela ESPM/SP, Especialista em Gestão Empreendedora pelo SENAC/SP e Bacharelada em Relações Públicas pela Faculdade Cásper Líbero, claudia.yamashiro@gmail.com.

³ Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/audiencias-detalhadas-conheca-os-numeros-das-novelas-a-dona-do-pedaco-veja-audiencias-detalhadas-da-novela/>. Acesso em: 24/05/2024.

capítulo), sendo que audiência média foi maior que as telenovelas antecessoras e sucessoras da grade das 21h da TV Globo.

O arco central da telenovela centraliza-se na trajetória da personagem Maria da Paz, uma mulher de origem humilde que encontra na confeitaria uma forma de enfrentar os desafios financeiros, provendo o seu próprio sustento, e que apesar das adversidades, consegue construir um império de lojas de bolos, se tornando uma empresária/empreendedora reconhecida e bem-sucedida.

Em entrevista para a apresentadora Ana Maria Braga, no programa matinal “Mais Você” durante a penúltima semana de exibição da telenovela – novembro de 2019, o próprio autor, Walcyr Carrasco, compartilhou suas inspirações para criar a personagem Maria da Paz⁴ – “essas mulheres que batalham, que as vezes não tem nem estudo e que vão a luta, fazem um bolinho e desse bolinho fazem dois, depois fazem três (...) a força da mulher que as vezes, até porque tem um filho, dois filhos, reúne, não sei da (sic) onde, uma ideia e vai, ou faz moda, ou faz comida”.

Este artigo utiliza uma metodologia de pesquisa exploratória e pretende analisar a representação e ressignificação da personagem Maria da Paz como um ícone do imaginário de sucesso do empreendedorismo feminino, explorando as questões de classe, construção de mundos ficcionais, o impacto da transmídiação da personagem no imaginário coletivo e o consumo simbólico da audiência. Serão realizadas três etapas metodológicas: 1) Análise da construção da personagem por meio a composição de figurinos nas diferentes fases da personagem. 2) Análise da cena do capítulo 8 da telenovela em que Maria da Paz participa de um leilão beneficente, mas não é bem aceita pela “alta sociedade”, para investigar as questões de classe e mobilidade social na representação da ascensão social da personagem. 3) A análise da utilização da transmídia na construção de elos entre a ficção com a realidade e de construção dos imaginários de sucesso para gerar impactos para a audiência.

Para realizar a análise deste artigo, será acionado o conceito de apropriação midiática (BONIN, 2016), conceito que Bonin define como o processo pelo qual os indivíduos e grupos sociais (receptores) interagem com os conteúdos midiáticos em suas práticas cotidianas e como formas de expressão cultural. Esse processo envolve a

⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8089798/>. Acesso em: 24/05/2024.

reinterpretação e ressignificação dos conteúdos midiáticos de acordo com os contextos sociais e culturais dos receptores.

O retrato da personagem Maria da Paz: da origem humilde ao sucesso profissional

A personagem Maria da Paz, interpretada pela atriz Juliana Paes, é apresentada, no primeiro capítulo da telenovela, exibido originalmente no dia 20/05/2019, como uma mulher de origem humilde, vinda de uma família de justiceiros, moradora da cidade fictícia Rio Vermelho, localizada no interior do estado do Espírito Santo, o enredo da telenovela se inicia com a trajetória dessa mulher em um primeiro momento, feliz, prestes a se casar com o amor da sua vida, personagem Amadeu, interpretado pelo ator Marcos Palmeira, mas existem empecilhos, Amadeu vem de uma família rival, e apesar da rivalidade, as famílias decretam uma trégua em suas diferenças para que o casamento seja possível.

Apesar da trégua, Maria da Paz passa por uma tragédia no dia do seu casamento, o seu noivo, Amadeu, é atingido por um tiro no meio do altar da igreja e a família do noivo acredita que a Maria da Paz é culpada, já que as famílias são rivais. Maria da Paz passa a ser ameaçada pela família de seu noivo e com ajuda de amigos e familiares, foge para a cidade de São Paulo.

Em São Paulo, Maria da Paz é acolhida na casa de uma conhecida e a personagem consegue uma indicação para trabalhar em uma casa de família como empregada doméstica, família de alto padrão de vida econômico. No mesmo dia que Maria da Paz inicia no seu novo trabalho como empregada doméstica, ela passa mal, e descobre uma gravidez não planejada, ao mesmo tempo que a matriarca da família contratante demite a protagonista na mesma hora, alegando questões legais e que isso traria dificuldades para a realização do trabalho de empregada doméstica.

Após a demissão, Maria da Paz entra em desespero pois não sabe como irá sustentar a filha que está para nascer, mas vai para cozinha fazer um bolo para conseguir “pensar melhor” sobre as possibilidades para o seu futuro. Maria da Paz aprendeu a fazer bolos com a sua avó e ao oferecer o bolo para os vizinhos e amigos, eles sugerem para a protagonista faça bolos e venda, pois as pessoas da cidade grande não têm tempo de preparar um bolo no dia a dia e talvez ela consiga vender, tendo assim, uma forma de autossustento.

A telenovela se desenvolve demonstrando o árduo trabalho da Maria da Paz, vendendo seus bolos na rua, e mesmo nos momentos finais da gravidez, para manter seu sustento, Maria da Paz continua trabalhando. Após o nascimento de sua filha, a personagem Maria da Paz, no mesmo dia que volta da internação no hospital, volta a produzir seus bolos, pois segundo ela, ela não pode parar.

Com a ajuda de amigos e conhecidos, a Maria da Paz consegue abrir uma pequena loja de bolos, dessa forma, Maria da Paz não precisa mais vender seus bolos na rua, ela tem um local fixo para realizar suas vendas.

Durante a apresentação do sétimo capítulo (originalmente transmitido no dia 27/05/2019), a telenovela apresenta um salto temporal de 20 anos, após esse período, Maria da Paz é apresentada como uma empresária de sucesso, dona de uma fábrica industrial de bolos e doces e além de ser proprietária de uma rede de confeitaria com 22 pontos comerciais, a personagem vive em um apartamento de luxo que conta com dois funcionários pessoais na sua casa, além de empregar outros amigos e conhecidos em suas lojas e fábrica.

O retrato da personagem, ao longo da telenovela, é apresentado com o imaginário de sucesso de que através de muito trabalho, dedicação e otimismo, Maria da Paz ascende para o posto de empresária e dona de uma rede de confeitarias. Sua história é construída por desafios pessoais e profissionais, mas ela sempre encontra forças para superá-los e seguir em frente:

(...) a literatura do sucesso passa a incorporar como público-alvo mulheres, negros e imigrantes, que não tinham espaço nas narrativas do século XIX. Para Decker (1997), isso se deve justamente à ascensão da noção de personalidade, que torna possível a diferentes segmentos da sociedade o engajamento ao estereótipo do empreendedor, já nessa época a principal representação do *self-made man*. A partir do momento em que a personalidade pode ser trabalhada, treinada, moldada, um universo quase infinito de pessoas pode se dedicar à tarefa de adaptar suas próprias características ao padrão do que se imagina como o adequado ao sucesso. (CASTELLANO; BAKKER, 2015, p.36)

Essa narrativa está ligada ao mito do *self-made man*, adaptado aqui para uma perspectiva feminina e brasileira, quando a determinação pessoal é vista como a chave para o sucesso já que existe uma precarização do trabalho formal para a mulher, dependendo da sua posição social.

A criação de mundos e personagens ficcionais, a trajetória da Maria da Paz e seus figurinos

Para auxiliar o processo de investigação da construção da personagem Maria da Paz e do mundo ficcional que envolve a personagem, será realizada uma reflexão sobre as apropriações midiáticas identificadas nesse contexto. Segundo Bonin (2016), a apropriação midiática é definida como o processo pelo qual os indivíduos e grupos integram os conteúdos midiáticos em suas práticas cotidianas e formas de expressão cultural. Esse processo envolve a reinterpretação e ressignificação dos conteúdos midiáticos de acordo com os contextos sociais e culturais dos receptores.

A investigação das apropriações culturais, envolve o entendimento de como é construído e midiaticizado o objeto e como ele se relaciona com os contextos socioculturais dos receptores:

A pesquisa que procura entender as apropriações midiáticas necessita, também, dar atenção aos contextos comunicacionais constitutivos dos sujeitos nas dimensões que nos interessam investigar. Se assumimos que os sujeitos se situam histórica e contextualmente e que suas apropriações são também matriciadas por essas dimensões, isso exige considerar, no desenho das pesquisas, vinculações socioculturais e contextuais que interessam à investigação. (BONIN, 2016, p. 220)

Além disso, esse artigo irá utilizar uma análise de conteúdo para examinar os conteúdos midiáticos que são apropriados, identificando temas, padrões e representações que são significativos para os receptores. Isso irá ajudar a entender o que é ressignificado e como isso ocorre.

Ao deparar na questão de construção de mundos ficcionais em telenovelas brasileiras é possível recorrer aos estudos realizados por Maria Immaculatta Vassallo de Lopes, que dedica sua pesquisa aos estudos de telenovela brasileira. Lopes (2003), ao apresentar o conceito de criação de mundos ficcionais, explora como esses universos são construídos de maneira a refletir, criticar e reinterpretar a sociedade brasileira de um ponto comum a uma sociedade em constante transformação. Ao ponto que esses mundos refletem e cativam a audiência em reflexões sociais de temas contemporâneos ao traçar uma simbologia de pertencimento e reconhecimento perante a audiência:

Mas, também é verdade que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira, devido a uma capacidade peculiar de alimentar um repertório comum por meio do qual pessoas de classes sociais,

gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas as outras. Longe de promover interpretações consensuais, mas, antes, produzir lutas pela interpretação de sentido, esse repertório compartilhado está na base das representações de uma comunidade nacional imaginada que a TV capta, expressa e constantemente atualiza (LOPES, 2003, p. 18)

As telenovelas brasileiras frequentemente buscam representar a realidade social do país por meio de um imaginário nacional, ao criar mundos ficcionais que refletem os problemas, valores e dinâmicas da sociedade brasileira. Lopes (2003) argumenta que essas representações são uma forma de espelho social que ajuda os espectadores a refletirem sobre suas próprias vidas e contextos. A construção dos mundos ficcionais nas telenovelas é feita de uma maneira que permite que os espectadores se identifiquem com os personagens e as tramas:

(...) a televisão, principalmente por meio das novelas, capta, expressa e alimenta as angústias e ambivalências que caracterizaram essas mudanças. A novela constitui-se em veículo privilegiado do imaginário nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados. (LOPES, 2003, p. 20)

De certa forma, Lopes (2003) enfatiza que a identificação da audiência é crucial para o sucesso das telenovelas, pois engaja emocionalmente o público, criando um vínculo afetivo com a narrativa e um envolvimento com os personagens e tramas pois esses refletem certas questões do imaginário coletivo da própria audiência.

Os estudos de Lopes não se limitam apenas na construção dos mundos ficcionais da telenovela. A autora realiza uma análise de como a construção das personagens são fundamentais para o sucesso das telenovelas ao ponto de se conectarem e gerarem uma certa empatia e até mesmo um espelhamento com a sua audiência.

Ao realizar uma análise da construção da personagem Maria da Paz, em especial a construção do figurino e suas mudanças ao decorrer da trama, podemos encontrar alguns conceitos defendidos por Lopes (2003), ao sinalizar a melhor aceitação e espelhamento da personagem ficcional com a audiência, uma forma de ultrapassar barreiras da ficção a realidade contemporânea.

A personagem Maria da Paz, tem uma mudança destacada simbolicamente na mudança de seu figurino. No início da telenovela, a personagem usa roupas mais simples, tons terrosos, amarronzados e tecidos mais comuns como o algodão, simbolizando uma certa simplicidade na vestimenta da personagem. Ao passar do tempo e para marcar a ascensão econômica da personagem, o seu figurino passa por transformações utilizando

mais cores fortes, estampas, tecidos considerados nobres como a seda, peças de grifes famosas, muitos acessórios dourados para anunciar um certo deslumbramento da personagem, que termina a telenovela com peças de roupas mais discretas para marcar uma transformação social e cultural, a partir do momento que Maria da Paz se adapta e é inserida a certas lógicas do capital cultural e social (esse item será destacado no próximo item do artigo).

A transformação pessoal da personagem é um elemento central na narrativa das telenovelas. Os arcos de transformação são essenciais para manter o interesse do público ao demonstrar simbolicamente o crescimento e desenvolvimento da personagem, a telenovela passa a promover um certo espelhamento da audiência nas personagens fictícias, ao fazer com que os espectadores imaginem e reinterpretem trajetórias de suas próprias vidas reais.

Personagens fictícios frequentemente começam a história de uma maneira e, através de conflitos e desafios, evoluem e amadurecem, refletindo um processo de desenvolvimento que ressoa para os espectadores. O mesmo acontece com a personagem Maria da Paz, que ao analisar a transformação de seu figurino (figura 1), traz simbologias de certa mudança de status social, mas ainda assim, de forma caricata utilizando muitas peças de alta costura até a utilização de peças e joias em tons dourados, talvez de uma forma que demonstre um deslumbramento da personagem ao sair de uma condição financeira e alcançar um outro status simbólico perante a sociedade.

Figura 1 – Da esquerda para direita é um retrato cronológico de figurinos da personagem Maria da Paz na telenovela “A Dona do Pedaço”. Desde a sua vida no interior do Espírito Santo até o capítulo final da telenovela.



Fonte: Divulgação TV Globo

As personagens femininas nas telenovelas são construídas com a tendência de desempenhar funções narrativas específicas que ajudam a mover a trama. Almeida (2007), identifica a construção de personagens com arquétipo, de “heroínas que lutam contra diversos tipos de dificuldade até o final feliz do encontro amoroso definitivo e desimpedido dos empecilhos que constituíram por meses a longa trama narrativa” (p.183).

No caso da personagem Maria da Paz, o arquétipo de heroína pode ser claramente identificado, já que, segundo Almeida (2007), a heroína retratada nas telenovelas frequentemente passa por um arco de transformação significativo. Ela pode começar a história como uma pessoa comum enfrentando adversidades (desafios) e, através de suas ações e escolhas alcança o final feliz. A construção da personagem Maria da Paz leva a entender que ela é uma personagem que passa por mudanças significativas ao conseguir transformar sua história, ao mesmo tempo que sua trajetória não é linear, já que ela tem momentos de crescimentos e perdas interseccionados durante o percurso da personagem até chegar ao “final feliz” da história.

De modo geral a construção da personagem só é válida caso exista uma certa identificação que gera um consumo simbólico pelo público em relação a personagem. Lopes (2003) argumenta que as telenovelas criam personagens que enfrentam dilemas e situações com as quais o público pode se identificar. Essa empatia facilita uma conexão emocional profunda, essencial para o engajamento com a narrativa.

“(…) É isso que mais tipifica a telenovela brasileira e constitui o paradoxo de se identificar o Brasil mais na narrativa ficcional do que no telejornal. São recorrentes nas novelas a identificação entre personagens da ficção e figuras públicas reais. Entre tramas, os problemas reais e a tendência para uma maior verossimilhança nas histórias contadas, está, aliás, uma demanda forte do próprio público” (LOPES, 2003, p.25-26)

Por mais que Maria da Paz seja caracterizada de forma exagerada por seus figurinos para demarcar as fases e transformações da personagem, essas transformações fazem muito sentido para as audiências que, acabam criando empatia e identificação com a construção e trajetória da personagem por fazer relações até mesmo com figuras reais no cotidiano da audiência.

Questões de classe e mobilidade social da personagem Maria da Paz

Ao analisar a construção da trajetória da personagem Maria da Paz, importantes questões de classe são abordadas. A personagem é retratada como vinda de uma família de certa forma humilde do interior do Espírito Santo e se desloca para a cidade grande, São Paulo, onde começa a vender bolos nas ruas. Através de seu trabalho incansável e uma boa dose de sorte, Maria da Paz rompe as barreiras sociais e alcança um status econômico elevado.

Neste contexto é possível enxergar em Maria da Paz, uma exemplificação de trajetória de ascensão social aliadas a complexidade das questões de classe no Brasil. A aceitação da personagem Maria da Paz em um novo contexto social também é um tema recorrente na telenovela, uma cena em particular evidencia a não aceitação de uma mulher vinda de um status social inferior e fora do contexto dos círculos da alta sociedade tradicional da cidade.

O capítulo 8 da telenovela, que foi exibido originalmente no dia 28/05/2019, retrata uma situação simbólica impactante em relação a questões de ascensão, mobilidade social e o (não) pertencimento dentro de uma nova ordem social.

Neste episódio, a cena analisada é de um leilão beneficente que traz uma simbologia alegórica em relação a questões de classe e de não pertencimento. Nessa cena, Maria da Paz participa de um evento de caridade organizado pela alta sociedade. A tensão da cena reflete o conflito entre a sua origem humilde e a nova posição que ocupa. Durante o leilão, há momentos em que Maria da Paz é subestimada, julgada e olhada com desdém por alguns dos presentes, por conta de seus trejeitos, tom da voz ou até mesmo pelas suas roupas, essa cena em especial expõe as barreiras sociais e preconceitos que persistem mesmo após a ascensão econômica da personagem.

Figura 2 – Cenas Leilão Beneficente – A Dona do Pedaco – Capítulo 8



Fonte: Plataforma Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/7650696/?s=0s> Acesso em: 04/06/2024

Esses eventos destacam como a mobilidade social de Maria da Paz é acompanhada por uma constante necessidade de provar seu valor e superar preconceitos de classe. A cena também reflete a ambiguidade de certas camadas sociais que, enquanto promovem eventos beneficentes, nutrem preconceitos contra aqueles que, como Maria da Paz, conseguem, de certa forma, romper o ciclo da pobreza.

Quando questões de mobilidade social vertical são acionadas, e esse conceito se refere à capacidade dos indivíduos ou grupos de moverem-se entre diferentes camadas ou hierarquias sociais, ascendentes ou descendentes, ao longo do tempo (Sorokin, 1959 p. 133). É essencial para entender a trajetória de Maria da Paz, que passa de uma origem humilde à condição de empresária bem-sucedida, mudando seu *status* dentro de uma lógica social.

Essa passagem da telenovela também apresenta questões em relação ao conceito de capital social e cultural. Para Bourdieu (1986 e 1996) entender o capital social e cultural, são essenciais para compreender as barreiras enfrentadas por Maria da Paz mesmo após sua ascensão econômica.

Segundo Bourdieu (1986) “O capital social é o agregado dos recursos reais ou potenciais que estão vinculados à posse de uma rede durável de relacionamentos mais ou menos institucionalizados de conhecimento e reconhecimento mútuos” (p. 21, tradução

nossa), ou seja, a Maria da Paz, não está ligada ao capital social da estrutura social presente no Leilão Beneficente, por esse motivo a personagem é invisibilizada de forma que os próprios pares não reconhecem o pertencimento da Maria da Paz dentro daquela ordem social.

Da mesma forma, Bourdieu (1996) conceitua capital cultural como uma referência à certos dispositivos de educação, habilidades, formas de falar, modos de se vestir, ou até mesmo gostos, que uma pessoa adquire que podem ser usados para obter vantagens sociais. Sabendo disso, entende-se que, de certa forma, Maria da Paz, por vir de uma classe social considerada inferior não teve contato com certos dispositivos culturais aceitos pela alta sociedade, fazendo com que seja entendido como um distanciamento de uma estrutura cultural aceita por integrantes deste nível hierárquico. Na cena, Maria da Paz aparece com uma roupa com cor diferente dos demais participantes do leilão beneficente, isso demonstra esse distanciamento aos dispositivos culturais abordados por Bourdieu.

Nesta passagem específica da telenovela, conceitos de mobilidade social, capital social e capital cultural são utilizados para discutir criticamente a desigualdade social e os desafios enfrentados por aqueles que tentam melhorar de vida em um sistema que nem sempre valoriza e reconhece os esforços do indivíduo, muitas vezes perpetuando distinções de classe e privilégios históricos.

A transmidiação dos imaginários de sucesso feminino e impacto na audiência

A personagem Maria da Paz, despertou grande interesse do público, não apenas pela trama envolvente, mas também pela forma como espelhou a trajetória de empresárias reais como Sylvia Design e Cleusa Maria (Sodiê). Durante o período de exibição da telenovela, diversos veículos de comunicação destacavam as semelhanças entre a personagem ficcional com a trajetória de empresárias reais, ressaltando a jornada de superação e empreendedorismo de mulheres que, assim como Maria da Paz, conquistaram sucesso a partir de origens humildes.

Ao entender que a construção da telenovela transcende a exibição por meio da TV, é possível identificar uma utilização de estratégia transmidiática como uma forma de processo em que a história se desenvolve através de múltiplas plataformas de mídia, e como cada novo contexto explorado contribui para a construção do entretenimento.

Jenkins (2006) explica que a narrativa transmidiática envolve a dispersão dos elementos da história, através de diferentes plataformas de mídia, com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento mais rica e envolvente para as audiências.

Assim como Sylvia Design, conhecida por seu estilo extravagante e campanhas de marketing virais, e Cleusa Maria da Sodiê, empregada doméstica que começou sua trajetória empreendedora vendendo bolos em um pequeno espaço, ambas com histórias de vida frequentemente comparada à trajetória ficcional de Maria da Paz, fomentando criação de uma narrativa paralela entre a ficção da novela e a realidade, essa convergência entre realidade e ficção reforça a ideia de Jenkins (2006) sobre transmídiação, onde o público encontra pontos de conexão e ampliação da experiência narrativa em diferentes esferas comunicacionais, seja pela televisão, notícias ou até mesmo por discussões nas redes sociais.

Figura 3 – Recorte de matérias jornalísticas sobre a relação entre empresárias reais e a personagem Maria da Paz



Fonte: UOL/G1/Notícias da TV

Se por um lado, Jenkins (2006) afirma que “através da mídia se sustenta uma experiência profunda que motiva mais consumo” (p.96, tradução nossa). Jean-Paul Sartre (1940), por outro lado, em sua obra “O imaginário” detalha sobre a fenomenologia da imaginação e a construção dos mundos mentais, Sartre sugere que o imaginário não é apenas uma cópia do real, mas uma criação ativa que permite ao produtor transcender o

real. Sartre (1940) afirma que por meio da imaginação, os indivíduos podem projetar-se em diferentes situações ao construir novas realidades mentais que interagem com o mundo real. De certa forma, a construção desses mundos mentais, se construídas baseadas em um imaginário coletivo dominante, também podem ser uma grande fonte de motivação ao consumo simbólico.

Os imaginários de sucesso, nesse contexto, referem-se às construções mentais que a audiência e a sociedade fazem do que se imagina sobre o fenômeno de alcançar êxito/sucesso. Através da personagem Maria da Paz, e com a transmediação entre exemplos reais e ficcionais, o público pode imaginar trajetórias de sucesso que refletem as histórias de empresárias como Sylvia Design e Cleusa Maria da Sodiê. Essa dinâmica se alinha com a visão de Sartre, onde a audiência não apenas consome a narrativa passivamente, mas também recria mundos mentalmente. Projetando e conectando figuras reais de forma transmidiática com o universo ficcional da novela.

Entende-se que público utilizou seu imaginário e de um processo de transmediação entre o real e o ficcional para conectar a personagem Maria da Paz com figuras reais do empreendedorismo feminino no Brasil, facilitando o consumo simbólico e a aceitação da personagem pelos espectadores. Os imaginários de sucesso construídos em torno dessas empresárias reais e da personagem da novela funcionaram como uma ponte entre o mundo ficcional e o real, permitindo uma experiência narrativa transmidiática.

Considerações Finais

A análise da personagem Maria da Paz, revela a complexa interação entre ficção e realidade. Neste sentido, a personagem não apenas serviu como um entretenimento, mas também demonstra como a apropriação midiática leva a audiência conectar histórias reais do empreendedorismo, permitindo uma experiência narrativa que projetada pelo público reforçam a ideia de que a ficção pode influenciar e ser influenciada pela realidade, criando um ciclo contínuo de inspiração e realização. Ou seja, os receptores (a audiência) não apenas consomem os conteúdos midiáticos, mas também os transformam, gerando novos significados, imaginários e usos no seu próprio cotidiano.

De certa forma a personagem Maria da Paz serve como um ícone que reflete o imaginário do sucesso feminino contemporâneo, incentivando a audiência a acreditar em seu próprio potencial para superar adversidades e alcançar o sucesso. Essa representação,

ao mesmo tempo que pode empoderar, também alimenta uma visão muito otimista e idealizada do empreendedorismo, que pode influenciar a forma como as mulheres veem suas próprias capacidades e oportunidades no mundo dos negócios.

REFERÊNCIAS

A DONA do Pedaco: veja audiências detalhadas da novela. 2019. O TV Foco. Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/audiencias-detalhadas-conheca-os-numeros-das-novelas/a-dona-do-pedaco-veja-audiencias-detalhadas-da-novela/>. Acesso em: 24 maio 2024.

ALMEIDA, H. B. de. Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. Estudos feministas, v.15 n.1, p.177-192, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/BLfBr5bcP9KSVDjB7P9S6Wf/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 06 junho 2024.

BONIN, J. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. FAMECOS, n. 37, dez 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4809/0>. Acesso em: 28/05/2024.

BONIN, J. Questões metodológicas na construção de pesquisas sobre apropriações midiáticas. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (orgs). Pesquisa em Comunicação: Metodologia e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDUPUCRS, 2016, p. 113-231.

BOURDIEU, P. Distinction: a social critique of the judgement of taste. 8. ed. Cambridge: Harvard University Press, 1996. 613 p.

BOURDIEU, P. The forms of Capital. In: RICHARDSON, J. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Westport. Greenwood, 1986

CASTELLANO, M.; BAKKER, B. Renovações do self-made man: meritocracia e empreendedorismo nos filmes “À procura da felicidade” e “A rede social”. C-Legenda: A Era da conexão 24/7, Rio de Janeiro, v. 1, n. 32, p. 32-43, 24 jun. 2015. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36973/21548>. Acesso em: 12 jun. 2024.

JENKINS, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006. 308 p.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela: uma narrativa sobre a nação. Comunicação e Educação, nº 26, São Paulo: CCA-ECA-USP/Ed.Salesiana, 2003 p. 21-33.

NEVES, M. 'Donas do pedaço' da vida real: novela com Juliana Paes faz lembrar empresárias de sucesso. 2019. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2019/06/17/donas-do-pedaco-da-vida-real-novela-com-juliana-paes-faz-lembrar-empresarias-de-sucesso.ghtml>. Acesso em: 05 jun. 2024.

PEREIRA, J. Sylvia Design sobre comparações com Maria da Paz: "Sou igual a ela". 2019. UOL. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2019/07/15/sylvia-design-sobre-comparacoes-com-maria-da-paz-sou-igual-a-ela.htm>. Acesso em: 05 jun. 2024.

PERLINE, G.; PEREIRA, M. 5 motivos para acreditar que Maria da Paz, de A Dona do Pedaço, é a Sylvia Design. 2019. Notícias da TV. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/5-motivos-para-acreditar-que-maria-da-paz-de-dona-do-pedaco-e-sylvia-design-27095>. Acesso em: 05 jun. 2024.

PINHEIRO, F. Maria da Paz da vida real, ex-boia-fria vira milionária vendendo bolos. 2019. UOL. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2019/06/27/maria-da-paz-da-vida-real-ex-boia-fria-vira-milionaria-vendendo-bolos.htm>. Acesso em: 05 jun. 2024.

SARTRE, J.-P. O imaginário: psicologia fenomenológica da imaginação. 1. ed. São Paulo: Vozes, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 27 maio 2024.

SOROKIN, P. A. Social and Cultural MOBILITY. Nova York: The Free Press, 1959. 645 p.

TV GLOBO (Rio de Janeiro). Emissora de TV. Walcyr Carrasco conta como surgiu a trama de 'A Dona do Pedaço'. 2019. Programa Mais Você. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8089798/>. Acesso em: 24 maio 2024.