

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 transmídiação 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.

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.

Metodologia

Este artigo utiliza a metodologia de pesquisa exploratória e pretende analisar a representação e ressignificação da personagem Maria da Paz como um ícone do

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.

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

Fundamentação teórica

Criação de Mundos Fictícios, Lopes (2003). Maria Immaculatta Vassallo de Lopes explora como os mundos ficcionais das telenovelas refletem, criticam e reinterpretem a sociedade brasileira. Esses universos são construídos para cativar a audiência e provocar reflexões sobre temas contemporâneos. Lopes argumenta que as telenovelas criam um repertório comum que permite às pessoas de diferentes origens se reconhecerem e se posicionarem, o que é essencial para a identificação do público com a trajetória de personagens como Maria da Paz.

Mobilidade Social Vertical, Sorokin (1959). Segundo Sorokin, 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. A trajetória de Maria da Paz na telenovela ilustra representações de mobilidade social vertical, aliando aos desafios associados à falta de capital social e capital cultural.

Capital Social/Cultural, Bourdieu (1986, 1996). Bourdieu introduz os conceitos de capital social e capital cultural para explicar as barreiras enfrentadas por indivíduos em diferentes contextos sociais. Mesmo após alcançar o sucesso econômico, a

personagem enfrenta preconceitos e exclusões devido à sua origem humilde e falta de acesso aos recursos culturais e conexões sociais valorizados pela alta sociedade.

Transmídiação, Jenkins (2006). Jenkins explica a narrativa transmidiática como um processo em que a história se desenvolve através de múltiplas plataformas de mídia, enriquecendo a experiência de entretenimento. A personagem Maria da Paz e as empresárias reais como Sylvia Design e Cleusa Maria da Sodiê exemplificam como a narrativa da telenovela transcende a tela da TV e se conecta com a realidade, criando uma experiência mais envolvente e que gera conexão e correlação simbólica para a audiência.

Imaginário, Sartre (1940). Sartre discute a fenomenologia da imaginação e a construção dos mundos mentais. Ele sugere que o imaginário permite aos indivíduos transcenderem o real, ao criar novas realidades mentais que interagem com o mundo real. A conexão entre a personagem Maria da Paz e figuras reais do empreendedorismo feminino reflete como o imaginário coletivo pode motivar o consumo simbólico de um imaginário de sucesso, onde a audiência projeta suas aspirações e realidades fazendo paralelos e comparações ao universo ficcional.

Principais resultados

Ao realizar a 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 e amarronzados, simbolizando uma certa simplicidade na vestimenta da personagem.

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 ficcionais, ao fazer que os espectadores imaginem e reinterpretem trajetórias de suas próprias vidas.

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 aos espectadores. O mesmo acontece com a personagem Maria da Paz, e ao analisar a transformação de seu figurino, traz simbologias de certa mudança de status social, mas ainda assim, de forma caricata utilizando muitas peças de alta costura, mistura de estampas, até a utilização de peças e joias em tons dourados, talvez de uma certa forma para simbolizar um deslumbramento da personagem ao sair de uma condição financeira e alcançar um outro *status* simbólico na sociedade.

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 possível enxergar em Maria da Paz, uma exemplificação de trajetória de ascensão social e 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 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 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.

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.

Nesta passagem específica da telenovela, conceitos de mobilidade social (Sorokin, 1959), capital social (Bourdieu, 1986) e capital cultural (Bourdieu, 1996) são utilizados para discutir criticamente os desafios enfrentados por aqueles que experimentam uma mobilidade social vertical em um sistema que nem sempre valoriza e reconhece os esforços do indivíduo, muitas vezes perpetuando distinções de classe e privilégios históricos.

A personagem Maria da Paz, despertou grande interesse do público, não apenas pela construção da trama, 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 especulavam 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.

Assim como Sylvia Design, conhecida por seu estilo extravagante e campanhas de marketing virais, e Cleusa Maria (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 telenovela e a realidade, essa convergência entre realidade e ficção reforça a ideia de Jenkins (2006) sobre transmidiação, 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.

Quando acionamos o conceito da construção dos imaginários, podemos acionar Jean-Paul Sartre em sua obra “O imaginário” que 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 e ao construir novas realidades mentais que interagem com o mundo real. 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 transmidiação

entre exemplos reais e ficcionais, o público pode imaginar trajetórias de sucesso que refletem as histórias de empresárias como Sylvia Design e Cleusa Maria (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 telenovela.

Entende-se que público utilizou seu imaginário e de um processo de transmidiação 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 telenovela funcionaram como uma ponte entre o mundo ficcional e o real, permitindo uma experiência narrativa transmídia.

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 de superação, 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.

Nesse sentido, 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 empodera, também alimenta uma visão otimista e idealizada do empreendedorismo, que pode influenciar a forma como as mulheres refletem suas próprias capacidades e oportunidades no mundo dos negócios.

REFERÊNCIAS

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.