



DOI: 10.5380/2238-0701.2022n23.07
Data de Recebimento: 23/08/2021
Data de Aprovação: 10/11/2021

Dinâmica Transmídia e Modos de Integração
Narrativa na Telenovela Contemporânea:
considerações sobre Vivi Guedes em
A Dona do Pedaço





Dinâmica Transmídia e Modos de Integração Narrativa na Telenovela Contemporânea: considerações sobre Vivi Guedes em *A Dona do Pedaço*

*Transmedia Dynamics and Modes of Narrative
Integration in Contemporary Telenovela: considerations
about Vivi Guedes in A Dona do Pedaço*

*Dinámicas Transmedia y Modos de Integración Narrativa
en la Telenovela Contemporánea: consideraciones
sobre Vivi Guedes en A Dona do Pedaço*

ANA CAROLINA ALMEIDA SOUZA¹

MARIANA DE ALMEIDA FERREIRA²

Resumo: O artigo busca fazer uma análise das potencialidades e limitações da estratégia transmidiática de Vivi Guedes, na telenovela *A Dona do Pedaço* (2019), considerando as interações no perfil do *Instagram* da personagem com os modos de distribuição da

1 Doutoranda em acordo de cotutela do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil com o Media and Communication Studies na Jönköping University, Suécia, com bolsa CAPES Print. Mestra em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Professora no Instituto de Educação Continuada – PUC Minas; UNA; UniBH e Instituto de Gestão e Tecnologia da Informação (IGTI).

2 Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG), com bolsa Fapemig. Mestre em Comunicação, Linguagens e Cultura pela Universidade da Amazônia (PPGCLC/Unama). Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

informação e integração de universos narrativos operadas pelo enredo e pelo estilo. Para isso, utilizamos exemplos pontuais de eventos, cenas e postagens ocorridos durante a exibição da telenovela e nos apoiamos em discussões sobre dinâmicas transmídia e modo clássico de narração, que dialogam com o objeto empírico escolhido. Concluimos que, embora a utilização de uma extensão transmídia seja um recurso integrativo à narrativa da personagem, a partir de seus valores, relações com outros personagens e com sua profissão, é observável um rendimento interativo modesto no que se refere à participação da audiência na telenovela como um todo.

Palavras-chave: Vivi Guedes; Telenovela; Dinâmica Transmídia; Integração narrativa; Narração clássica.

Abstract: The article seeks to analyze the potentialities and limitations of Vivi Guedes' transmedia strategy in the telenovela *A Dona do Pedaço* (2019), considering the interactions on the character's Instagram profile with the modes of information distribution and integration of narrative universes operated by plot and style. For this, we use punctual examples of events, scenes and posts that occurred during the exhibition of the telenovela and relied on discussions about transmedia dynamics and classic mode of narration that communicate with the chosen empirical object. We conclude that, although the use of a transmedia extension is an integrative resource to the character's narrative, based on her values, relationships with other characters and with her profession, a modest interactive performance is observable regarding the participation of the audience in the telenovela as a whole.

Keywords: Vivi Guedes; Telenovela; Transmedia dynamics; Narrative integration; Classic narration.

Resumen: El artículo busca analizar las potencialidades y limitaciones de la estrategia transmedia de Vivi Guedes, en la telenovela *A Dona do Pedaço* (2019), considerando las interacciones en el perfil de Instagram del personaje con los modos de distribución de información e integración de universos narrativos operados por la trama y estilo. Para ello, utilizamos ejemplos concretos de eventos, escenas y posts ocurridos durante la exhibición de la telenovela y nos apoyamos en discusiones sobre dinámicas transmedia y modo

clásico de narración que dialogan con el objeto empírico elegido. Concluimos que aunque el uso de una extensión transmedia es un recurso integrador a la narrativa del personaje, en base a sus valores, relaciones con otros personajes y con su profesión, se observa una modesta actuación interactiva en cuanto a la participación de la audiencia en la telenovela como un todo.

Palabras clave: Vivi Guedes; Telenovela; Dinámica transmedia; Integración narrativa; Narración clásica.

Contextualização

Em um dos intervalos da telenovela *A Dona do Pedaço*, a personagem de Paolla Oliveira, Vivi Guedes, faz uma transição entre estúdios e surge na tela novamente, dessa vez, em um comercial da *Fiat* anunciando as novas ofertas da empresa. No mesmo momento, o perfil da personagem no Instagram foi atualizado com as fotos que ela fez com um novo carro da montadora. Os mais de 2,3 milhões de seguidores de Vivi³ acompanharam enquanto a personagem tinha acabado de falar sobre o produto na telenovela como inserção de um tipo de *merchandising* já conhecido pelo público brasileiro, em que é mencionado um produto na fala do personagem, ou ele aparece em cena tornando-se parte da história, porém algo diferente estava acontecendo e essa obra seriada televisiva pode estar nos apontando para novas possibilidades diante do ecossistema audiovisual contemporâneo no Brasil.

A Dona do Pedaço foi uma telenovela do horário das 21h escrita por Walcyr Carrasco e exibida pela Rede Globo de Televisão entre maio e novembro de 2019. A trama principal gira em torno da história de Maria da Paz (Juliana Paes), uma doceira pobre que se torna rica vendendo bolos e enfrenta conflitos amorosos e familiares envolvendo seu passado e sua atual fortuna. Entre as diversas ações já padronizadas para causar expectativa sobre um novo título, como chamadas nos intervalos de outros programas, apresentação do elenco e festa de lançamento, uma ação chamou particular atenção. O anúncio de que uma das

³ Para fins deste trabalho, consideramos o perfil @estiloviviguedes que, ao fim da telenovela, foi alterado para @pravcarrasar e possui atualmente cerca de dois milhões de seguidores, quantidade menor do que havia durante a exibição de *A Dona do Pedaço*.

protagonistas do folhetim seria uma *digital influencer*. Vivi Guedes é uma *Instagramer* de moda, *lifestyle* e beleza, muito famosa e repleta de seguidores (ou “seguimores”, como ela os chama), o que a conferiu ainda mais notoriedade. Tanto na narrativa quanto nas inserções de marcas no folhetim, os conhecidos *merchants* foram absorvidos pela trama da personagem assinalando uma característica do estilo de vida de uma *digital influencer*: fazer diversos contratos publicitários, com os atualmente conhecidos como *publiposts*.

Nesse sentido, um dos padrões narrativos e estilísticos dessa personagem era aparecer gravando comerciais, mostrando os bastidores das suas campanhas, de seu estúdio fotográfico, recebendo produtos das empresas parceiras para anunciar em suas redes sociais e não economizar nos *looks* e nos *closes*. Com cerca de 330 postagens no perfil @estiloviviguedes do Instagram realizadas entre os dias 25 de maio e 22 de novembro de 2019 e iniciadas três dias antes da estreia da telenovela, Vivi Guedes foi um fenômeno na TV e nas redes sociais, sendo a pioneira de um tipo de expansão transmidiática que ainda está em experimentação na telenovela, indicando limites e potencialidades produtivas. Novelas anteriores, como *Cheias de Charme* (2012) e *Viver a Vida* (2009) já utilizaram da dinâmica transmídia para criar estratégias narrativas e de engajamento (BIEGING, 2013; GREGOLIN, 2010), porém o caso Vivi Guedes foi o primeiro que articulou as redes sociais digitais e não dependeu dos sites da própria emissora.

Assim, a partir da identificação e análise do entrelaçamento entre trama e estilo utilizado para contar a história da personagem e a interação com estratégias transmidiáticas, argumentamos neste artigo que a criação de uma dinâmica transmídia inserida na trajetória de Vivi Guedes e misturada às convenções de gênero de uma telenovela brasileira nos indica diferentes modos e até transformações potenciais nos modos de produção televisiva no país. Para isso, utilizamos como procedimento metodológico a captura de prints do Instagram da personagem em paralelo à assistência dos capítulos disponibilizados na plataforma *Globo-play*, enquanto analisamos como acontecia a interlocução dessa expansão transmídia em relação aos acontecimentos da novela e a construção da personagem.

Dinâmica transmídia e telenovelas

Não é a primeira vez que as novelas se utilizam da dinâmica transmídia para trazer novidade e movimento à obra. Sem precisar voltar muito no tempo, podemos lembrar de casos como *Cheias de Charme* (2012), ao lançar no site da Globo o videoclipe do *hit* musical das *Empreguetes* logo depois do capítulo ir ao ar; ou do blog da personagem Luciana, vivida por Alinne Moraes em *Viver a Vida* (2009), que era alimentado frequentemente com textos “escritos pela personagem”, compartilhando sua experiência com o público para além da telinha. Mas a empreitada em torno de Vivi Guedes de *A Dona do Pedacão* carrega algumas particularidades que precisam ser apontadas. Para chegarmos às potencialidades e limitações, é preciso entender o que define uma investida como transmidiática.

Tratar do termo transmídia de modo abrangente é compreendê-lo como um processo de mediação, em que cada mídia adiciona algo a mais no todo, explorando os potenciais de forma, tecnologia e sentido das plataformas às quais são acionadas. Assim, uma telenovela, por exemplo, pode ter uma personagem que escreve um livro, outro que possui um *podcast*, enquanto eventos do passado de um grupo de personagens é explorado em uma minissérie num serviço de *streaming*. Por ser mais facilmente associada à *transmedia storytelling*, ou narrativa transmídia, a dinâmica transmídia é mais comumente pesquisada em termos de construção de universos narrativos em que, da história principal, são criadas expansões advindas ou que pertencem ao mesmo universo narrativo, tal qual o nosso exemplo anterior demonstra. Aqui o objetivo é o de aumentar o universo ficcional e apresentar novas portas de entrada e saída para aprofundamento das narrativas, além de atrair novos públicos para o foco narrativo, que seria a telenovela em si.

Porém outras possibilidades de dinâmica transmídia podem ser utilizadas, as quais não dizem respeito apenas ao ato de contar uma história *per se*, mas de adicionar outras camadas a essa construção de mundo, inserindo elementos a mais, como os *merchans* que não adicionam e/ou expandem a narrativa diretamente, mas adicionam e expandem como esse mundo funciona. Nessa perspectiva, apoiamo-nos no que Henry Jenkins (2016) propõe ao argumentar que: “transmídia é um adjetivo, não um substantivo. Transmídia precisa modificar alguma coisa. O termo

‘transmídia’ significa simplesmente ‘através das mídias’ e implica algum tipo de relação estruturada ou sistemática entre múltiplas plataformas de mídia e práticas” (p. 220, tradução nossa)⁴.

O adjetivo transmídia associa-se a outras formas de ação, como educação, política, marketing e o *branding*, e torna-se uma lógica na qual adicionam-se elementos verossímeis para que uma determinada construção faça sentido em todas as suas expansões. Desse modo, quando a lógica transmídia é sobre a construção de uma marca (como a da Vivi Guedes), associada aos contratos publicitários e às outras marcas que se relacionam a ela (como a Fiat, a Duty Color e a Avon), o que temos é uma dinâmica transmídia que se relaciona muito mais às ligações entre marcas do que à narrativa em si, ainda que ambas atuem juntas em diversos momentos.

Para Williams (2013), isso ocorre pois *transmedia branding* liga marcas, narrativas e participação como estratégia para cimentar e expandir o (re)conhecimento de marcas perante o público. O pesquisador pontua que cada parte dessa estratégia opera em uma maior disseminação e conhecimento do público sobre o mundo de uma marca, muitas vezes associando-as a valores humanos (como família, amor, amizade...) e utilizando gatilhos afetivos para tal. Em *Viver a Vida*, por exemplo, o blog “escrito” por Luciana antecipou eventos e/ou divulgou outros com exclusividade na plataforma, como o pedido de casamento feito por Miguel à personagem (GREGOLIN, 2010).

No caso de Vivi Guedes, os modos de construção da personagem, do enredo e dos padrões estilísticos estabelecidos visando efeitos pretendidos na audiência atuam concretamente, desde o início, para a interligação de mundos a partir da dinâmica transmídia utilizada na telenovela, criando uma relação híbrida de *transmedia branding* e narrativa transmídia.

Modos de compreensão da história e seus universos

Para a análise que nos propomos a realizar, partimos da leitura em chave poética baseada em David Bordwell (1985; 2008) sobre obras que operam no modo clássico de narração (THOMPSON, 2003) e já exercitada

4 No original: “transmedia is an adjective, not a noun. Transmedia needs to modify something. The term ‘transmedia’ means simply ‘across media’ and implies some kind of structured or systematic relationship between multiple media platforms and practices” (JENKINS, 2016, p. 220).

em pesquisas recentes sobre ficção seriada televisiva latino-americana (ROCHA et al, 2021). Ao realizar uma historiografia do cinema narrativo hollywoodiano, Bordwell apresenta uma abordagem que articula dimensões narrativas do argumento (processo dramático) com dimensões estilísticas (processo técnico) na construção dos modos de narração com a organização, apresentação e distribuição de informações. Isso se dá visando os horizontes probabilísticos de efeitos no processo de compreensão da história pelo espectador com as relações de causalidade, tempo e espaço, que, no modelo clássico, são operadas pelas linhas de ação do enredo e perceptíveis pelos recursos técnicos que guiam a atenção do espectador ao que é mais fundamental na história.

Nossa escolha pela adoção da perspectiva poética de Bordwell como sedimento à análise das estratégias adotadas em *A Dona do Pedraço* com a personagem Vivi Guedes se dá pelo fato de que o autor, ainda que se concentre nos estudos sobre cinema, compreende a narração clássica como algo não exclusivo do cinema, podendo operar em diferentes meios com produções narrativas ficcionais a partir de convenções transtextuais, como as de gênero (1985). Além disso, ao estudar sobre estilo televisivo enquanto “qualquer padrão técnico de imagem/som que exerça uma função dentro do texto” (ROCHA, 2019), Butler (2010) recorre ao próprio Bordwell (2008) para falar sobre as funções atribuídas ao estilo na televisão quando se trata de obras narrativas ficcionais, como é o caso do nosso objeto empírico.

Para Bordwell (1985), a trama pode ser assim definida:

A *syuzhet* (geralmente traduzido como “enredo”) é o arranjo real e a apresentação da fábula no filme. Não é o texto *in toto*. É uma construção mais abstrata, a padronização da história como uma recontagem passo a passo do filme poderia representá-la. A *syuzhet* é um sistema porque organiza os componentes – os eventos da história e o estado das coisas – de acordo com princípios específicos. [...] ‘Syuzhet’ nomeia a arquitetura de apresentação da fábula no filme [...]. Logicamente, a padronização da *syuzhet* é independente do meio; os mesmos padrões de *syuzhet* podem ser incorporados em um romance, uma peça ou um filme (BORDWELL, 1985, p. 50, tradução nossa)⁵.

5 No original: “The *syuzhet* (usually translated as ‘plot’) is the actual arrangement and presentation of the fabula in the film. It is not the text *in toto*. It is a more abstract construct, the patterning of the story as a blow-by-blow recounting of the film could render it. The *syuzhet* is a system because it arranges components - the story events and states of affairs - according to specific principles. [...] ‘Syuzhet’ names the architectonics of the film’s presentation of the fabula [...]. Logically, *syuzhet* patterning is independent of the medium; the same *syuzhet* patterns could be embodied in a novel, a play or a film” (BORDWELL, 1985, p. 50).

Ao organizar e distribuir informações que se conectam ao tema da história, a *syuzhet* pode operar por meio de táticas como atraso e redundância e de estratégias de cognoscibilidade, autoconsciência e comunicabilidade relacionadas às funções que busca exercer a partir das convenções de gênero pelas quais se constitui. Em narrativas audiovisuais clássicas, o sistema da *syuzhet*, ou seja, a estrutura de causa e efeito, tempo e espaço da fábula que se pretende contar, é construído e comunicado nas telas pelos processos e padrões técnicos de estilo, como a encenação dos atores, figurinos, enquadramentos, iluminação, planos, trilhas, valores cromáticos etc. que atuam na narração, exercem funções e colaboram para os efeitos cognitivos e emocionais na compreensão pretendida da história. Para Bordwell (2008), o estudo do estilo, das soluções de problemas de encenação enfrentados pelos diretores e padrões construídos ou transformados a partir daí, importa:

[...] porque o que as pessoas chamam de conteúdo chega até nós através do uso padronizado das técnicas do meio. Sem performance e enquadramento, comprimento das lentes e iluminação, composição e montagem, diálogo e música, não poderíamos compreender o mundo da história. O estilo é a textura tangível do filme, a superfície perceptiva que encontramos enquanto assistimos e ouvimos, e essa superfície é o nosso ponto de partida para nos movermos para o enredo, o tema, o sentimento – tudo o mais que nos importa. E uma vez que os cineastas se dedicam meticulosamente aos detalhes do estilo, devemos nos aprofundar nos detalhes. Uma discussão abrangente sobre qualquer filme não pode parar apenas no estilo, mas o estilo deve exigir muito de nossa atenção (BORDWELL, 2008, p. 32, tradução nossa)⁶.

Ao analisar uma série de filmes ficcionais “clássicos” que apresentem características comuns, Bordwell (1985) identifica na narração duas linhas argumentativas, “[...] uma que implica num romance heterossexual (menino/menina, marido/mulher), e outra que implica outra esfera (trabalho, guerra, uma missão ou busca, outras relações pessoais)” (p. 157, tradução nossa)⁷, e cada uma dessas linhas possui um objetivo,

6 No original: “[...] because what people call content comes to us in and through the patterned use of the medium’s techniques. Without performance and framing, lens length and lighting, composition and cutting, dialogue and music, we could not grasp the world of the story. Style is the tangible texture of the film, the perceptual surface we encounter as we watch and listen, and that surface is our point of departure in moving to plot, theme, feeling-everything else that matters to us. And since filmmakers devote painstaking care to fine points of style, we must dig into details. A comprehensive discussion of any film can’t stop only with style, but style should claim a lot of our attention” (BORDWELL, 2005, p. 32).

7 No original: “[...] one involving heterosexual romance (boy/girl, husband/wife) the other line involving another sphere – work, war, a mission or quest, other personal relationships” (BORDWELL, 1985, p. 157).

obstáculos e clímax com o tema emergindo “da centralidade da primeira linha de ação voltada à performance de um protagonista (ou um casal)” (ROCHA et al, 2021). No caso de Vivi Guedes na telenovela, o enredo da personagem adota como principais linhas de ação o triângulo amoroso com Chiclete (Sérgio Guizé) e Camilo (Lee Taylor) e seu exercício profissional como *digital influencer*, em que as duas são mutuamente implicadas e, por meio da progressão da narrativa (nesse caso, transmidiática), colaboram para a emergência de temas como machismo e relacionamento abusivo e o mundo do mercado de influência digital contemporâneo. As soluções de estilo adotadas a serviço do enredo de Vivi Guedes auxiliam na compreensão de sua história e para o horizonte probabilístico de efeitos, incluindo estratégias de *transmedia branding*, com as linhas de ação interligadas no tempo, no espaço e nas relações de causa e efeito.

Há de se considerar ainda os modos de construção da personagem e as funções estabelecidas que colaboram para a progressão narrativa e para a abertura de mundos além dos limites diegéticos da telenovela. Phelan (1989) oferece como possibilidade a discussão sobre as dimensões mimética, sintética e temática dos personagens que, articuladas, exercem funções e atuam na progressão da história em relações de causalidade (RCOHA et al, 2021). A primeira refere-se à imitação da ação no universo dramático da narrativa. No caso de Vivi Guedes, por exemplo, ao incorporar uma *digital influencer*, percebermos uma construção performática naturalista, seguindo as próprias convenções de gênero da telenovela brasileira que, desde a década de 1990, adota essa característica (LOPES, 2009), que insere a personagem no contexto contemporâneo das redes sociais, especificamente na atuação das chamadas blogueiras – como a conectividade frequente, as ações de trabalho que são definidas com sua agente, o modo de interação com os seguidores, a linguagem utilizada para os *merchans* na telenovela, nos intervalos comerciais e no Instagram, a popularidade conquistada também pelas relações com outros personagens. Além de colaborarem na progressão narrativa e emergência temática, esses elementos ainda inserem maior relação transmidiática com as expansões da telenovela, como os posts no Instagram e as publicidades que aconteciam também fora do da narrativa.

A segunda dimensão diz respeito aos traços e aspectos constitutivos do personagem, os adjetivos a ele atribuídos. Em *A Dona do Pedaco*, Vivi é uma jovem que perdeu os pais tragicamente, foi afastada de sua irmã e adotada por um casal rico quando tinha apenas cinco anos de idade e estava perdida pelas ruas de uma cidade do Espírito Santo. Adulta, após fazer sucesso no comercial da empresa de seu pai, Vivi torna-se *digital influencer* de moda com o desejo de ser cada vez mais blogueira sobre estilo de vida. Suas características físicas e sua personalidade colaboram para o seu sucesso nas redes sociais digitais: branca, tem o corpo com beleza padrão de quem pratica musculação, figurinos típicos de quem atua no mundo da moda, além de ser uma pessoa boa, apaixonada pela vida, simpática, humilde, solidária, que valoriza sua família, ama o trabalho que faz e advoga por causas feministas e contra o machismo. Esses aspectos da personagem de Paolla Oliveira contribuem diretamente para a associação de grandes marcas e engajamento do público se relacionando (por vezes, tensionando-se), com os de outros personagens, como o conservadorismo e machismo de Camilo e a inveja e mau-caratismo de Fabiana (Nathalia Dill), sua própria irmã reencontrada depois de anos. Novamente, esses valores defendidos pela personagem e relacionados aos de outros personagens reverberam nas extensões transmidiáticas, que podem adotar uma estratégia narrativa – ao utilizarem determinados momentos da narrativa (como quando Vivi é agredida por seu noivo) para fazer posts específicos – ou de *branding* – ao trazer os elementos de sua vida como *influencer* para além do horário da novela, como questionários nos *stories* sobre o figurino de um determinado evento da trama ou tutoriais de maquiagem.

Desse entrelaçamento e choque funcionalizados na trama, emerge a terceira dimensão, a temática, que faz a história progredir causando ou não a transformação das duas primeiras dimensões na personagem. Em *A Dona do Pedaco*, os atributos físicos, as relações familiares, as especificidades do trabalho e o sucesso conquistado por Vivi fazem aos poucos revelar características, conflitos e tensões com o noivo Camilo – um policial machista, ciumento, que não concorda com o trabalho dela e, ao longo da telenovela, mostra-se um homem violento; tornam possível o encontro, o romance e os obstáculos vividos pelo amor que sente por Chiclete – sendo ele um matador de aluguel contratado para matar Vivi e que, posteriormente, é revelado que os dois são primos; intensificam

o antagonismo de Fabiana que atua para criar mais obstáculos à vida pessoal e profissional de Vivi. Ao final da trama, após ser sequestrada por Camilo e salva por Chiclete, a *digital influencer* desiste de continuar trabalhando com internet para viver *offline* com seu verdadeiro amor.

Relativo às extensões transmidiáticas utilizadas como estratégias narrativas e de *branding*, sabemos na telenovela que o perfil dela foi vendido para a Rede Globo, que pretende utilizar o alcance de Vivi como uma plataforma de *lifestyle*, moda e bem-estar. Bandeiras relacionadas à personagem e que seriam mantidas pela emissora. Hoje o perfil se chama @pravcarrasar, mas conservou todas as publicações anteriores do perfil de Vivi Guedes, mantendo a expansão viva no pós-final (e futuras reprises). Em termos narrativos e estilísticos, a novela também servia como um “por trás das câmeras” da personagem, na qual víamos todas as questões da construção narrativa dela com profundidade, enquanto o espaço do Instagram é a superfície do seu enredo.

Esses elementos da construção de Vivi Guedes incidem diretamente na forma como as expansões da personagem funcionam. Conforme veremos adiante, sua índole e suas relações com outros personagens direcionam os momentos em que uma determinada questão é tratada pelo seu perfil no Instagram, assim como as consequências das suas escolhas na telenovela.

Possibilidades, recursos e limitações

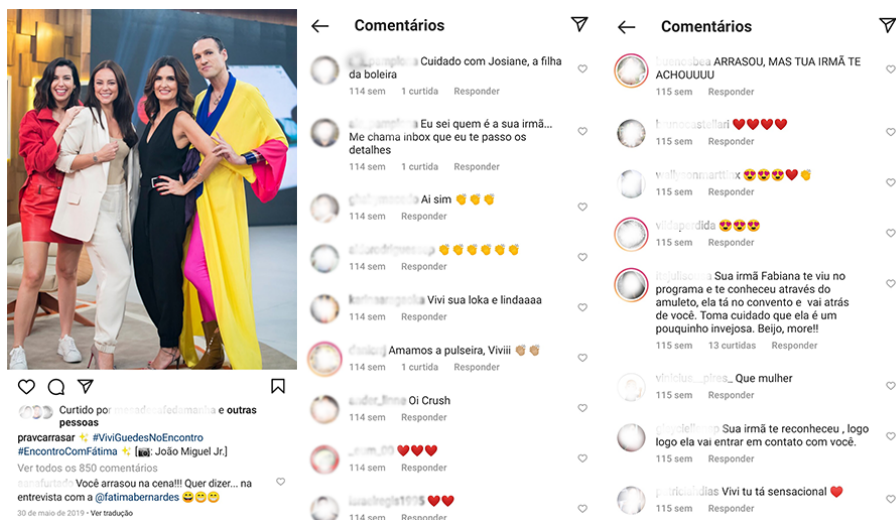
Enquanto produção do gênero melodrama, com seu efeito de primazia em que o máximo de informações é entregue à audiência para a compreensão da história, *A Dona do Pedaço* é configurada com alto grau de comunicabilidade e autoconsciência e baixa restrição do conhecimento. A estratégia de comunicabilidade na distribuição de informação, seguindo as perspectivas de Bordwell (1985), diz respeito à efetividade da comunicação feita com a audiência. Em um gênero como o melodrama, considerado canônico, o grau de comunicabilidade será maior para garantir o máximo de compreensão possível da história pelo público espectador. Sendo assim, há pouca restrição de informações se comparado a um gênero como o de detetive. A autoconsciência refere-se ao modo como a narração utiliza certos recursos no enredo que

tornam evidente um direcionamento da audiência. Táticas de redundância, quebra da quarta parede, monólogos da atividade mental e diálogos naturalistas são exemplos disso. E o conhecimento, ou cognoscibilidade, atua para distribuir as informações visando efeitos de curiosidade, suspense e surpresa no espectador, a depender da história que está sendo contada. No caso da telenovela que abordamos, com as convenções de gênero constituindo as estratégias e modos de interação com o público, sabemos sobre o que os personagens pensam, conhecemos as informações mais relevantes antes mesmo deles e a tática da redundância é frequentemente empregada para que o público possa acompanhar a história, ser situado no tempo e no espaço, dentro e fora da tela, em que os eventos ocorrem na relação de causa e efeito.

No caso de Vivi Guedes, o perfil no Instagram foi em parte integrado a essas estratégias de distribuição de informação na narração, expandindo e interligando os mundos narrativos e de marcas associadas à personagem. Como exemplo, temos o capítulo exibido no dia 30 de maio de 2019 em que o crescente sucesso da personagem como *digital influencer* a faz receber um convite para participar ao vivo do programa *Encontro com Fátima Bernardes*, da Rede Globo. Para a ocasião, Vivi decide utilizar como pulseira o amuleto que ela e sua irmã perdida receberam da avó quando eram crianças. Durante sua atuação no programa de TV, respondendo a perguntas da apresentadora sobre o seu trabalho com redes sociais e sobre a pulseira que está utilizando, Vivi conta a história de seu passado enquanto a câmera enfatiza os detalhes da pulseira em plano detalhe, primeiro plano e plano médio. No convento onde mora, Fabiana assiste ao programa de Fátima Bernardes, reconhece o amuleto que Vivi Guedes está usando, emociona-se por ter reencontrado sua irmã e descoberto que ela é rica e famosa, o que a motiva a ir a São Paulo atrás dela.

No Instagram, no mesmo dia em que foi exibida a participação da personagem no programa de TV, uma foto com os *influencers* convidados de Fátima Bernardes foi postada (Figura 1). Nela, Vivi Guedes posa de modo a enfatizar o amuleto que está usando como pulseira e, entre os comentários, os seguidores, que já possuem mais informações sobre a trama que a própria personagem, interagem buscando alertar Vivi sobre as ações e o caráter de Fabiana.

Figura 1 - Postagem e comentários⁸ sobre a participação de Vivi Guedes no programa de TV.

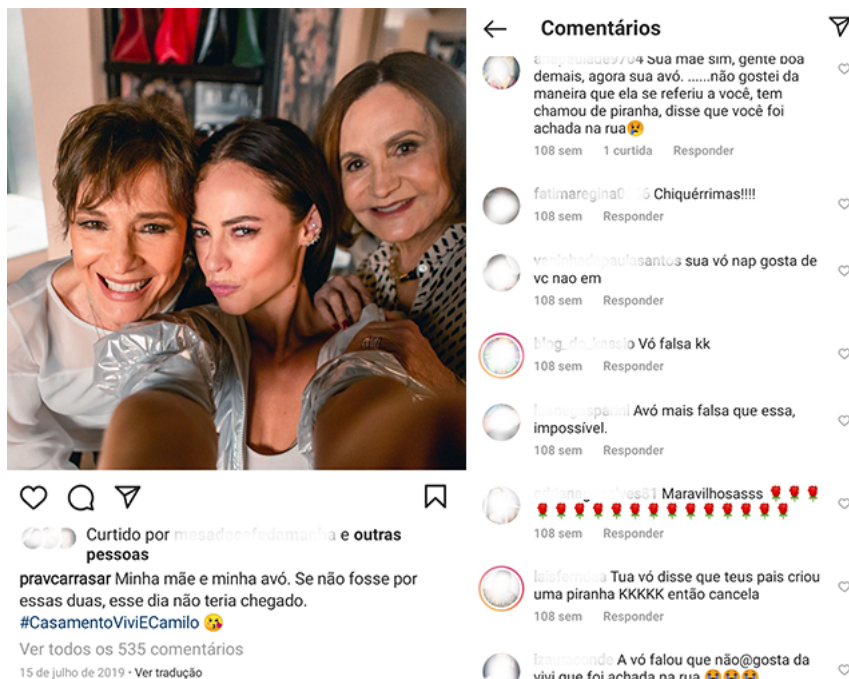


Fonte: Perfil do Instagram @pravcarrasar (antigo @estiloviviguedes). Coletado pelas autoras.

O mesmo ocorre em um momento posterior da trama, às vésperas do casamento de Vivi e Camilo. No capítulo do dia 12 de julho de 2019, o perfil da personagem no Instagram postou uma foto dela junto com a mãe e a avó, com a legenda: *“Minha mãe e minha avó. Se não fosse por essas duas, esse dia não teria chegado #CasamentoViviECamilo”* (Figura 2). Nos comentários, seguidores tentam alertar Vivi a respeito da falsidade da avó que não gosta da neta e na telenovela já verbalizou barbaridades a respeito da moça sem que ela soubesse.

8 Todas as imagens tiveram as identidades dos comentaristas preservadas por meio da distorção de suas fotos e nomes. Optamos por essa ação em concordância com as diretrizes da Association of Internet Researchers (2020). De acordo com a AoIR IRE 3.0 como pesquisadores, devemos optar pela ‘desidentificação’ dos dados. Principalmente por não ser nossa intenção expor a autoria desses indivíduos e sim mostrar a interação entre eles e o perfil em questão.

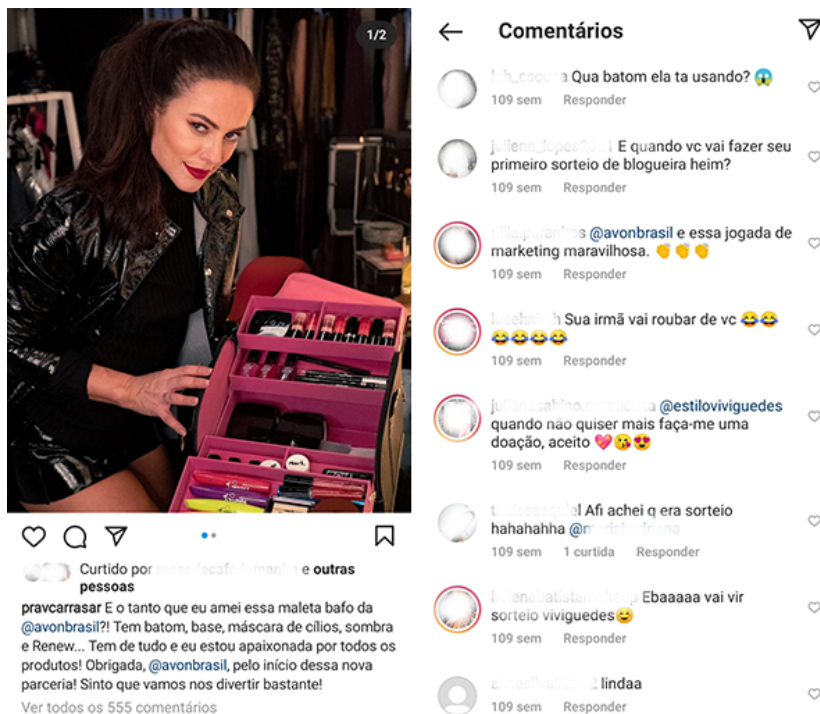
Figura 2 - Postagem e comentários sobre a véspera do casamento de Vivi Guedes.



Fonte: Perfil do Instagram @pravcarrasar (antigo @estiloviviguedes). Coletado pelas autoras.

Em ambos os exemplos, vemos os *seguidores* de Vivi tentando participar do enredo do folhetim, enfatizando o lugar que eles ocupam de terem informações privilegiadas acerca dos acontecimentos da novela. Apesar de repleto de comentários, não havia resposta de “Vivi Guedes”, o que não caracteriza uma relação interativa de *digital influencer* e seus seguidores. Então, por mais que a telenovela se utilizasse da rede como uma expansão narrativa, ela não se utiliza totalmente de suas possibilidades e a limita a emitir informações complementares e/ou redundar as já fornecidas na trama. Algo um pouco diferente ocorre quando consideramos essa expansão em termos de *branding*. Conforme nos sugere o *print* abaixo (Figura 3), referente a uma publicação do dia 11 de julho de 2019, a parte publicitária do perfil de Vivi funcionava paralelamente – mas não independentemente – à narrativa.

Figura 3 - Postagem e comentários sobre a ação publicitária com a Avon.



Fonte: Perfil do Instagram @pravcarrasar (antigo @estiloviviguedes). Coletado pelas autoras.

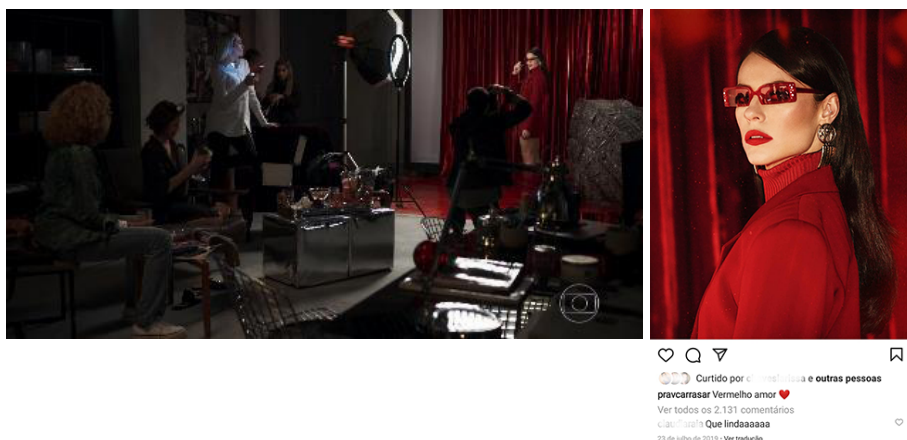
Assim, interações ligadas à possibilidade de um sorteio na rede, a cor do batom e a expectativa de uma interação com os produtos da marca divulgada permeiam os comentários destacados. E ainda que essas expectativas não fossem atendidas, elas reafirmaram a posição da personagem como uma blogueira, refletindo-se diretamente na trama – que a posicionava como uma *influencer* de renome e reconhecida por marcas grandes – e no ambiente publicitário de *merchan* com as marcas patrocinadoras da novela, que ganham um espaço a mais para anunciar, além do clássico comercial do horário nobre e menções no folhetim.

Para além, Mark J. P. Wolf (2019) considera que a construção de universos ficcionais depende de uma verossimilhança com a realidade, mesmo que seja um mundo à parte do que vivenciamos. Para o autor, a longevidade e consistência dessas construções estão diretamente conectadas ao quão bem formulados os elementos de interação, visualização e tematização estão. Para um *transmedia branding*, isso permite

maior conhecimento, participação e engajamento do público com relação às marcas, mantendo uma dinâmica em funcionamento por tempo (quase) indeterminado. Além disso, ela se utiliza dos elementos narrativos, também como extensão, como valores da personagem, seu próprio enredo e as relações que ela tem com outros personagens, para posicionar a marca como defensora, apoiadora e relacionada a essas questões.

Nesse sentido, técnicas padronizadas de estilo foram empregadas no enredo de Vivi Guedes para, entre os efeitos pretendidos, situar o tempo e espaço de atuação da personagem e direcionar o público para o engajamento no perfil dela do Instagram. Entre as estratégias estilísticas e narrativas utilizadas, mencionamos duas identificadas por seu aparecimento frequente na telenovela: a encenação dos ensaios fotográficos feitos em estúdio com enquadramento que destaca a performance da personagem de Paolla Oliveira e a movimentação de outros personagens, como o fotógrafo e sua agente, que compõem sua trajetória narrativa. Além de redundar a informação de que Vivi Guedes é uma *digital influencer* e funcionalizar o espaço do estúdio como ponto de encontro entre personagens estabelecendo relações que fazem progredir a história, a inserção de cenas dos ensaios fotográficos atuaram no direcionamento quase imediato do público para a rede social da personagem. Sempre que Vivi Guedes surgia em algum capítulo fotografando seus *looks*, novas fotos eram postadas em seguida no Instagram (Figura 4).

Figura 4 - Cena de ensaio fotográfico em estúdio e postagem no Instagram



Fonte: Reprodução *Globoplay* e perfil do Instagram @pravcarrasar (antigo @estiloviviguedes). Coletado pelas autoras.

Ou ainda, *A Dona do Pedaço* realizava o mesmo tipo de direcionamento – e, em certa medida, tematização do conteúdo dos comentários pelo público na internet – mostrando em cena o *layout* do perfil do Instagram com a foto mais recente postada pela personagem com um efeito de aumento acelerado na quantidade de curtidas na imagem. No caso do exemplo que mostramos abaixo (Figura 5), a cena e o *post* no Instagram referem-se a um dos momentos iniciais da trama, quando Camilo, namorado de Vivi, começa a manifestar mais explicitamente o ciúme que tem com relação à profissão que ela exerce e às fotos sensuais que posta na internet. Isso gera um desgaste ao casal, Vivi desiste de publicar as fotos que fez com esse *look*, mas é Fabiana, sua irmã que atua como sua assistente pessoal antes de revelar o segredo, quem estimula Vivi a postar as fotos mesmo que Camilo não aprove, utilizando o discurso da liberdade feminina. O que, logo em seguida, gera novos e mais graves problemas na relação entre os dois.

Figura 5 - Cena com destaque ao perfil do Instagram e postagem no perfil do Instagram.



Fonte: Reprodução *Globoplay* e perfil do Instagram @pravcarrasar (antigo @estiloviviguedes). Coletado pelas autoras.

Considerações finais

A dinâmica transmídia de Vivi Guedes na novela *A Dona do Pedaço* trouxe uma dimensão prática da transmidialidade no Brasil, tanto em termos dos modos de contar a história da personagem, no entrelaçamento de enredo e estilo, quanto na operacionalização de diferentes marcas no *merchandising* no horário nobre e para além dele. Algo possibilitado, inclusive, pela flexibilização das regras e pelo novo contexto mercadológico e financeiro da emissora. Para demonstrar isso diante das limitações de espaço de um artigo, selecionamos para as análises exemplos de *prints* da rede social da personagem e *frames* do enredo na tela que, ao longo do processo de assistência dos capítulos da novela e observação dos *posts* e modos de interação no Instagram, acreditamos que contemplaram de forma mais específica a proposta do trabalho, considerando a integração das narrativas, de como cada meio operou essa relação, a interação com grandes marcas e os efeitos probabilísticos gerados no público.

Mesmo assim, ressaltamos os limites que ainda fazem parte dessas propostas, uma vez que a estrutura contemporânea das telenovelas, mesmo sendo abertas a intervenções do público, ainda não comporta de forma canônica⁹ as expansões criativas provocadas pelos engajamentos típicos das redes sociais digitais e da dinâmica transmídia em si. Notamos, por exemplo, um certo descompasso no diálogo entre a trama de Vivi Guedes e a participação de seus seguidores nas redes sociais. Em muitos comentários há conselhos, *spoilers*, críticas que não foram incorporadas à história da personagem e nem interferiram no enredo de *A Dona do Pedaço*.

Quando, por exemplo, os comentários no Instagram pediam para Vivi ser menos rigorosa com Maria da Paz no *reality* fictício *Best Cake* ou quando alertaram sobre o perigo que ela corria ao lado do noivo, apelidado de “chernoboy”, termo popularizado na internet para se referir a um homem tóxico em relacionamentos amorosos. Esses comentários traziam informações que, se fossem de conhecimento da personagem, poderiam elevar o grau de conhecimento e autoconsciência da narrativa

9 O cânone em relação à Narrativa Transmídia não é equivalente a ideia de cânone na literatura. Seu significado está relacionado à parte nuclear de uma narrativa, sendo essa a que serve como referência para as expansões transmídia. Quando pontuamos que algo não é absolvido de forma canônica, quer dizer que esse movimento acontece de forma paralela ou periférica ao enredo nuclear e não o influencia. Para mais, Scolari, 2015.

e quebrar a quarta parede, permitindo que Vivi tivesse informações que nenhum ou quase nenhum outro personagem teria. Ao mesmo tempo, isso poderia significar uma potencial ruptura do arco narrativo da personagem, que era fortemente baseado no fato de que Vivi não sabia de suas relações familiares, da índole de seus pares e dos maiores mistérios da novela. A escolha por preservar a ingenuidade da personagem, limitando o grau de cognoscibilidade referente ao enredo dela, era também uma escolha por preservar a coerência de sua trama e o processo de compreensão da história por parte da audiência, considerando também as convenções do próprio gênero.

Como uma das características mais marcantes de uma dinâmica transmídia é a interação e participação do público, entendemos que o gênero telenovela, com aspectos naturalistas como é construído no país, ainda pode se adaptar para melhor para comportar esse processo comunicacional, considerando a participação direta de sua audiência como forma de expandir o folhetim. Compreende-se que as repercussões promovidas de modo paralelo pelo público podem ser lidas como uma forma de participação, porém essas conversações não são trazidas para a configuração poética interna da obra. Desse modo, gostamos de pensar na possibilidade de criação de uma Telenovela Transmídia, em que o contexto específico do gênero (mercadológico, latino-americano e produtivo) possa ser melhor aproveitado e fazer jus à sua singularidade, distinguindo-se de outros modos de narrativas transmidiáticas praticadas em contextos mercadológicos e culturais distintos, a exemplo das séries estadunidenses. Sendo assim, propomos que a telenovela possa aprimorar o que já vem desenvolvendo ao utilizar a dinâmica transmídia na TV aberta.

Ao que tudo indica, o caso de Vivi Guedes abriu um leque de outros horizontes de hibridismo entre telenovelas e marcas a serem explorados pelo produto midiático massivo mais popular na cultura do país com estratégias no entrelaçamento entre enredo e estilo nos modos de distribuir informações e integrar os universos narrativos. Tudo isso em diálogo com o repertório contemporâneo do público e sem abrir mão do prazer que há na experiência de consumo e reconhecimento de uma novela das nove.

Referências

- BIEGING, Patricia. Transmídiação como ferramenta estratégica: Cheias de Charme explora uma nova forma de fazer telenovela. **Revista Novos Olhares**, vol. 2, n. 2, 2013, p. 60-71. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2013.69828>.
- BORDWELL, D. **Narration in the fiction film**. Wisconsin: The University of Wisconsin Press, 1985.
- BORDWELL, D. **Figuras traçadas na luz**. Campinas, SP: Papyrus, 2008.
- BUTLER, J. **Television Style**. New York: Routledge, 2010.
- FRANZKE, A. et. al. and the Association of Internet Researchers. **Internet Research: Ethical Guidelines 3.0**. 2020. Disponível em: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- GREGOLIN, Maíra V. Viver a Vida no limiar da tela: a narrativa transmídia chega à novela. **Revista Geminis**, ano 1, n. 1, 2010, p. 53-67.
- JENKINS, H. **Transmedia Logics and Locations**. In: DERHY KURTZ, B.; BOURDAA, M. *The Rise of Transtexts: Challenges and Opportunities*. New York: Routledge, 2016
- LOPES, M. I. V. **Telenovela como recurso comunicativo**. Revista Matrizes, ano 3, n. 1. São Paulo, 2009, p. 21-47.
- PHELAN, J. **Reading People, Reading Plots** – character, progression, and the interpretation of narrative. Chicago: The University of Chicago Press, 1989.
- ROCHA, S. M. A experiência televisiva entre a magia do ver e a mágica da imagem: uma análise do tema da violência contra a mulher em *O outro lado do paraíso*. **Anais do XXVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**. Porto Alegre: Compós, 2019.
- ROCHA, S. M. et al. Expansões do modelo clássico de *storytelling* e a conquista atencional em produções da Netflix no Brasil: 3%, Coisa Mais Linda e Boca a Boca. In: Anais do 30º Encontro Anual da Compós, 2021, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2021/papers/expansoes-do-modelo-classico-de-storytelling-e-a-conquista-atencional-em-producoes-da-netflix-no-brasil--3---coisa-mais->>. Acesso em: 10 ago. 2021.
- SCOLARI, C. A. Narrativas Transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In **Dossiê Comunicação, Tecnologia e Sociedade**. Parágrafo. V. 1, N. 3. Jan/Jul 2015.
- THOMPSON, K. **Storytelling in Film and Television**. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2003. WILLIAMS, J. C. **Principles of transmedia branding**. Thesis. Faculty of the USC Graduate School. University of Southern California. Arts and Strategic Public Relations. Dez 2013.
- WOLF, M. J. P. Transmedia world-building: History, Conception, and Construction in FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. (Eds.). **The Routledge Companion to Transmedia Studies**. Routledge Media and Cultural Studies Companions. New York and London: Routledge, 2019, p. 141-147.

Recebido em: 23/08/2021

Aceito em: 10/11/2021



