

A telenovela Dona do Pedaco entre a televisão e o Twitter: convergências e divergências na repercussão online¹

Roberto TIETZMANN²
Carlos Roberto Gaspar TEIXEIRA³
Diego Freitas Iribarrem Icart FURTADO⁴
Gabriela Birnfeld KURTZ⁵
Lorenzo LEUCK⁶

Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

A telenovela A Dona Do Pedaco (Rede Globo, 2019) foi acompanhada na televisão, no *streaming* e em Sites de Redes Sociais (SRS). Questionamos como as plateias se comportaram no Twitter durante a exibição do capítulo final e em sua reprise. A partir de uma pesquisa interdisciplinar entre a comunicação e a informática, desenvolvemos coletas e a ferramenta PeakVis, que permite sincronizar vídeo e um banco de dados, mostrando visualizações do volume de tráfego e aspectos semânticos. Observamos que: a primeira exibição e as horas seguintes acumularam 97,5% do tráfego; as plateias se expressaram seletivamente, comentando em destaque apenas duas das sete tramas e ignorando a protagonista epônima; entre a exibição de uma cena e sua repercussão houve um atraso, que sugere a diferença entre o tempo de atenção e reação das plateias.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Televisão; Sites de Redes Sociais; Telenovela; Twitter.

Introdução

Telenovelas são o principal produto ficcional da televisão brasileira, como colocam Alencar (2002) e Hamburger (2005), e sua capacidade de engajamento das

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Roberto Tietzmann é professor dos programas de pós-graduação em comunicação social (PPGCOM) e Letras (PPGL) da PUCRS, além de desenvolver pesquisas no DaVInt (Data Visualization and Interaction Lab) e coordenar o grupo de pesquisa ViDiCa – Cultura Digital Audiovisual. E-mail: rtietz@pucrs.br.

³ Doutorando em Comunicação Social na Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos na PUCRS, e-mail: eu@ocarlosteixeira.com.br.

⁴ Mestrando em Comunicação Social na Escola de Comunicação, Artes e Design Famecos na PUCRS, e-mail: diegoiribarrem@gmail.com.

⁵ Gabriela Birnfeld Kurtz é professora adjunta na Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos na PUCRS e Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS. E-mail: gabriela.kurtz@pucrs.br.

⁶ Mestrando em Comunicação Social na Escola de Comunicação, Artes e Design Famecos na PUCRS, e-mail: lorenzo.leuck@edu.pucrs.br

plateias faz com que suas tramas e personagens tradicionalmente motivem debates entre seus espectadores. Em um contexto contemporâneo, 97,3% das residências têm televisão (GRUPO DE MÍDIA DE SP, 2019), aproximadamente 79% da população tem acesso à internet – e dessas, em 99% dos domicílios com acesso à internet, o smartphone é utilizado para esse fim (IBGE EDUCA, 2018). Além disso, quatro em cada cinco espectadores assistem aos programas com o telefone como segunda tela (THINK WITH GOOGLE, 2018). Assim, é seguro supor que tais debates passaram a ser desenvolvidos também através de Sites de Redes Sociais (SRS).

Assim, questionamos: quais são os aspectos convergentes entre a participação do público e a transmissão televisiva de produtos de entretenimento? Escolhemos como recorte o último capítulo da telenovela “A Dona do Pedaço”, exibida de maio a novembro de 2019, comparando a transmissão inédita na sexta-feira (dia 22/11/2019) e sua reprise no sábado (dia 23/11/2019).

A narrativa destacou a trajetória das famílias rivais Ramirez e Matheus através das décadas, protagonizada por Maria da Paz (Juliana Paes) que ganhava seu sustento fazendo bolos (GSHOW, 2019a). As peripécias de Maria e sua família, com seus altos e baixos, foram acompanhadas por espectadores em um constante fluxo de comentários na internet e em SRS. Escrita por Walcyr Carrasco, a novela concluiu a exibição com dez pontos a mais que sua predecessora conforme Brandão (2019).

Para responder como os comentários da audiência dialogaram com a transmissão, projetamos e desenvolvemos as *Tweet Utils*, conjunto de ferramentas de captura e visualização de postagens no Twitter, e o *PeakVis*, que permite sincronizar um registro em vídeo ou áudio com um conjunto de dados coletado em SRS, gerando visualizações interativas. A implantação das ferramentas é resultado de uma iniciativa conjunta de pesquisadores das áreas de Ciência da Computação⁷ e Comunicação. Como objetivos secundários, viabilizados pela ferramenta *PeakVis*, que detalharemos a seguir, buscamos: (1) detectar e analisar os picos de volume de tweets, relacionando com a narrativa e com as reações do público; (2) verificar se o volume e os assuntos

⁷ Agradecemos aqui a dedicação à programação de Pedro Prokath Wagner e Pedro Sanvido, das observações sobre o código de Joana Scherer, das designers Júlia Gomes Costa, Bárbara Pinto e Nicolle Perico e das professoras Isabel Harb Manssour e Milene Selbach Silveira pela contínua parceria na pesquisa interdisciplinar e no laboratório DaVInt.

comentados nos picos mudaram de um dia para o outro; (3) mapear e comparar os núcleos de discussão nos dois dias; (4) entender a relação entre o tempo transcorrido na transmissão e as reações do público.

O artigo conta com a seguinte estrutura: esta introdução, seguida de uma breve fundamentação teórica que tematiza o uso da segunda tela, cultura da participação e revisão de literatura de produções semelhantes a este artigo na Intercom. Em seguida, descrevemos os procedimentos metodológicos e a ferramenta *PeakVis*. Após, realizamos a análise e discussão dos resultados encontrados, partindo depois para as considerações finais.

A participação através de múltiplas telas

A cultura digital surge a partir de uma série de acontecimentos provocados por mudanças culturais e tecnológicas. Esse processo se inicia do que Santaella (2003) postula como cultura das mídias, onde o disponível e o transitório traz a individualização do consumo de conteúdo, em oposição às comunicações massivas em eras anteriores. O que podemos perceber é que, apesar de passarmos por um processo de consumo individual, a sociedade em rede, potencializada pela cultura da convergência (JENKINS, 2009), transforma essa experiência em coletiva. A união de pessoas em SRS, por exemplo, materializa o que Jenkins (2009) descreve como cultura da participação, que traz um contraste às noções de que a audiência é passiva e que há uma separação entre a mídia de massa e o espectador. Assim, é possível que os telespectadores ganhem voz e manifestem suas opiniões em espaços “utilizados para a expressão das redes sociais na Internet (RECUERO, 2009, p. 102)”.

Conforme comentamos na introdução deste trabalho, as pessoas estão recorrendo ao uso concomitante de múltiplas telas de forma cotidiana - o que transfigura mais ainda o consumo da anterior era da cultura das mídias, explorando o potencial de sociabilidade mediado pelas tecnologias e pela conexão com a internet. Além disso, conforme Jenkins (2009) defende, a cultura da participação, além de explorar o potencial da inteligência coletiva, torna-se uma fonte alternativa ao poder midiático, trazendo novas dinâmicas à hegemonia das grandes estruturas de produção.

As expressões segunda tela e TV social são correntes quando se define as ações executadas quando o uso de dispositivos tecnológicos adicionam-se às atividades de um telespectador (BLAKE, 2017). Alguns autores ainda defendem o uso de termos como terceira tela ou quarta tela (ALVAREZ-MONZONCILLO, 2011). Acreditamos, contudo, que a experiência possa ir além do uso de uma segunda tela, ou, então da enumeração de quantas são essas - adotamos então a expressão de Marquioni (2018), de experiência de múltiplas telas. O autor ainda afirma que, apesar de estudiosos se preocuparem inicialmente com o potencial de distração com o uso de telas concomitantes, ela “[...] se tornou, com o tempo, parte da experiência televisual, no caso da experiência de múltiplas telas ela foi reconfigurada (e se tornou apriorística) (MARQUIONI, 2018, p. 54)”. Dessa forma, compreendemos que a experiência em múltiplas telas é um resultante de mudanças culturais e tecnológicas que transformaram a própria forma de assistir televisão, sendo crucial compreender, então, quais são, portanto, os novos modos de se relacionar com o conteúdo apresentado (no caso de nossa pesquisa, de uma telenovela).

Uma extensa revisão de literatura foi realizada nos anais da Intercom para submissão deste trabalho. Quantitativamente, a busca por artigos semelhantes ou correlatos a essa linha de pesquisa não trouxe grandes resultados. 5.676 artigos estão disponíveis no acervo digital dos 34 Grupos de Pesquisa congresso de 2015 a 2019. Somente 6 artigos dizem respeito aos temas aqui abordados. Três artigos foram encontrados no GP “conteúdos digitais e convergências tecnológicas”, e dois no GP “ficção seriada”. Apenas um artigo foi encontrado no grupo de pesquisa sobre e “televisão e televisualidade”. Nenhum artigo relativo ao tema foi encontrado no GP “comunicação e cultura digital”.

Qualitativamente, a contribuição destes trabalhos é expressiva. Dos Santos e Nahuz (2015) exploram o impacto dos aplicativos de segunda tela no ecossistema midiático contemporâneo. Os autores ainda apresentam uma proposta de aplicação em uma tecnologia semelhante ao *Peakvis*, para profissionais de produção audiovisual acompanharem o engajamento do público. Vilela (2017) analisa o conteúdo de tweets sobre a série de TV *Game of Thrones*. Mesmo que o autor não tenha utilizado técnicas computacionais como as empregadas aqui, ele fornece contribuições relevantes para o

estudo da interação entre a mídia digital e televisiva no mundo contemporâneo. De modo semelhante, Oliveira (2015) aborda como o contexto digital de produção e compartilhamento de imagens está alterando o panorama da produção audiovisual. Almeida (2015) faz uma pesquisa etnográfica sobre a recepção televisiva em “segunda tela” no contexto brasileiro, tendo como objeto de estudo interações dos telespectadores do programa *The Voice Brasil* nas plataformas Twitter e Facebook. Já Conceição e Borges (2016) tratam de temas mais próximos aos do presente artigo: telenovela e Twitter. As autoras apontam que ficções seriadas constantemente entre os assuntos mais discutidos do Twitter. Isso indica a crescente repercussão de conteúdos midiáticos em ambientes de múltiplas telas. Segundo Fachine e Cavalcanti (2015), esse fenômeno já integra as estratégias transmídia da Rede Globo. Isto evidencia a significativa importância deste campo de estudo, devido à centralidade da emissora no Brasil e na América Latina no que tange a produção de telenovelas.

Procedimentos metodológicos e sua expressão nas ferramentas

Os procedimentos metodológicos deste artigo podem ser definidos a partir de duas abordagens, (1) a visão geral dos passos adotados e (2) um comentário sobre as ferramentas desenvolvidas.

A respeito dos passos, eles se organizam da seguinte maneira: a) definição do escopo da coleta a ser realizada, no caso o capítulo final da telenovela e sua reprise, bem como o tráfego no Twitter a partir das hashtags definidas pela Globo, “#adonadopedaço” e “#adonadopedaço”; b) gravação das transmissões incluindo comerciais e preparação dos arquivos digitais de vídeo em formato MP4; c) captura retroativa do tráfego no Twitter a partir dos critérios previamente definidos, utilizando as ferramentas *Tweet Utils* desenvolvidas pela equipe; d) limpeza e preparação do banco de dados para inserção no *PeakVis*; e) análises preliminares da coleta, observando o perfil da curva de tweets tanto nos momentos sincronizados quanto nos demais; f) carregar o vídeo e o banco de dados na ferramenta e proceder com as análises síncronas.

A ferramenta *PeakVis* permite ao usuário sincronizar uma gravação de vídeo ou áudio com um banco coletado em SRS. Junto da janela que mostra o vídeo, visualizações interativas traduzem procedimentos de análise em *software*. Um gráfico

de linha traça o fluxo de mensagens a cada segundo acompanhado de um destaque automático dos picos de fluxo com sensibilidade ajustável. De maneira sincronizada são mostradas as mensagens mais republicadas. Uma nuvem de palavras que sintetiza os tópicos em debate é traçado a partir das mensagens daquele momento, permitindo ao usuário observar tanto a linha do tempo em relação a duração do episódio quanto uma ideia de continuidade de diálogo em torno dos temas, contribuindo para a análise.

Análise e discussão: a telenovela e o que se fala dela

O primeiro ponto a ser destacado na análise ocorreu ainda na etapa de gravação e preparação dos vídeos dos capítulos. Ao comparar as duas transmissões foi constatado que o capítulo reprisado no sábado teve duração, organização dos blocos e intervalos diferentes da exibição inédita de sexta-feira. O episódio inédito teve duração aproximada de uma 1 hora e 45 minutos, considerando o tempo entre a vinheta que precedeu a novela e seu último fotograma após os créditos finais. Na reprise, a duração foi de cerca de 1 hora e 30 minutos.

A diferença de 15 minutos pode ser explicada por alguns motivos. Na sexta-feira foi apresentado um resumo do capítulo anterior, algo que não aconteceu na reprise, por exemplo. A primeira exibição foi separada em seis blocos com cinco intervalos comerciais e a reprise teve quatro blocos com três intervalos.

Tabela 1 - Resumo dos tweets coletados

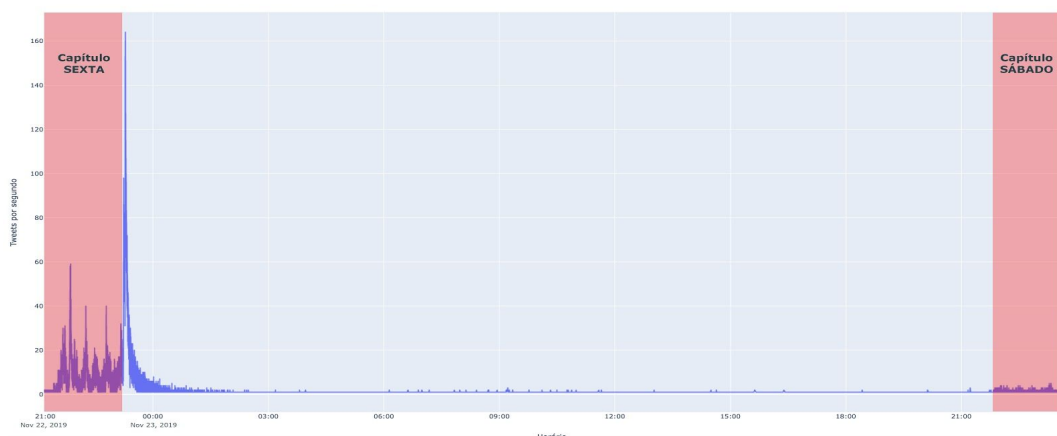
	Coleta Total	Capítulo de Sexta	Capítulo de Sábado
Total de Tweets	111.712	46.109	2.745
Palavras mais frequentes	1) Josiane: 20.191 2) Final: 17.917 3) Novela: 11.737 4) Chiclete: 6.944 5) Camilo: 6.459	1) Chiclete: 6.340 2) Camilo: 5.534 3) Josiane: 4.545 4) Novela: 4.367 5) Vivi: 3.944	1) Josiane: 396 2) Novela: 343 3) Final: 304 4) Camilo: 209 5) Chiclete: 192
Início da coleta	22/11/2019 21h10	22/11/2019 21h10	23/11/2019 21h49
Final da coleta	23/11/2019 23h20	22/11/2019 22h55	23/11/2019 23h20

Fonte: Twitter a partir de coletas contendo os termos "adonadopedaco" e "adonadopedaco".

Ao analisar o banco de dados coletado no Twitter, foi possível estabelecer algumas inferências, sintetizadas na Tabela 1. A partir de uma coleta total de 651.985 mensagens registradas de segunda a sábado, foi feito um recorte no banco a partir do início da transmissão do capítulo inédito na sexta-feira às 21h10 e encerrado após o término da reprise, no sábado às 23h20. Consideramos apenas os tweets únicos, descartando os retweets, totalizando 111.712 mensagens. A escolha pelo descarte das mensagens replicadas para esta análise foi motivada por uma análise prévia em que as curvas do gráfico de linha se comportaram de maneira semelhante. Escolhemos analisar apenas os dois últimos dias neste artigo para respeitar a extensão em páginas indicadas.

A primeira análise de volume de fluxo indica que cerca de 41% das mensagens coletadas foram postadas durante a exibição do episódio na sexta-feira, apenas aproximadamente 2,5% durante a reprise sábado e os 56,5% restantes foram postados entre o final do capítulo de sexta e o início do capítulo de sábado. É possível ressaltar que a maior concentração de publicações ocorreu principalmente durante a madrugada, após o término do episódio inédito da novela. Este dado é significativo porque corrobora uma das hipóteses iniciais: de que a conversação sobre as telenovelas em parte acontece em SRS. O gráfico 1 mostra o volume dos dados no período total da coleta.

Gráfico 1 - distribuição de Tweets por hora, com os episódios indicados em vermelho.



Fonte: dados coletados no Twitter, gráfico dos autores.

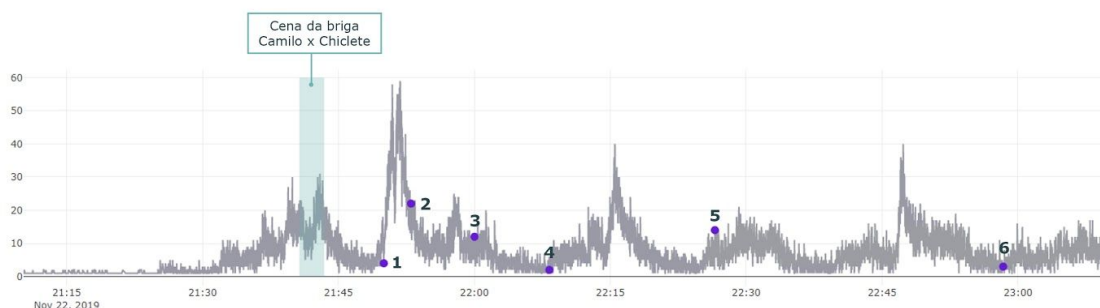
O gráfico revela características relevantes do comportamento dos espectadores. A partir da conclusão do capítulo de sexta, encontramos o maior pico de toda a coleta, o que reflete a repercussão da cena final do episódio em que a personagem Josiane comete um assassinato e revela que permanece sendo uma vilã, apesar de sua conversão a uma nova religião semanas antes (GSHOW, 2019b). A especulação dos fãs a respeito do caráter de Josiane encontrou uma resposta na última cena do capítulo na forma de uma distorção das cores e de seu rosto, a aproximando de uma imagem que, como coloca Eco (2007), poderia ser lida como perversa e demoníaca, o que explicitou a superficialidade da retidão moral afirmada pela personagem. O plano final, com alto contraste e tons de vermelho e preto, operou como um gatilho para o tráfego online e uma numerosa produção de alusões e memes que releram a imagem. Quando avançou a madrugada, o tráfego foi reduzindo e permaneceu baixo durante o sábado, mais uma evidência que a televisão é capaz de impulsionar debates online, mas também é fugaz em seu estímulo.

O capítulo final da telenovela tinha o compromisso de resolver os destinos dos personagens interligados em sete temas principais (GSHOW, 2019b). Embora tenha apresentado os desfechos na narrativa, a conversação na internet mostrou-se bem mais seletiva, privilegiando apenas duas das tramas e repercutindo com pouca frequência a romântica conclusão da protagonista Maria da Paz (Juliana Paes) que se casa com seu grande amor Amadeu (Marcos Palmeira) e, inclusive, dava título da novela a partir de sua profissão como produtora de bolos.

A tabela 1 apresenta também as palavras mais recorrentes nas mensagens, depois de filtrar os termos de busca, onde é possível identificar que o destaque principal ficou entre os quatro personagens Chiclete (Sérgio Guizé), Camilo (Lee Taylor), Vivi (Paolla Oliveira) e Josiane (Agatha Moreira). Os três primeiros pertencem a uma trama em que a influenciadora digital Vivi fora confinada por Camilo, um policial, e acaba sendo resgatada por seu verdadeiro amor, Chiclete, um matador de aluguel. Josiane protagonizou a cena final em outra das tramas. Os motivos que levaram a esses resultados são melhor compreendidos na análise comparativa apresentada posteriormente.

Ao analisar com a ferramenta *PeakVis* o episódio de sexta-feira e seu respectivo banco de dados, foi possível estabelecer alguns apontamentos. Ao ajustarmos a sensibilidade da ferramenta para o nível intermediário, identificamos seis picos de tweets (highlights) ao longo da transmissão, mostrados na figura 2.

Figura 2 - Visualização do fluxo no capítulo de sexta com destaques indicados



Fonte: dados coletados no Twitter, gráfico do Peakvis.

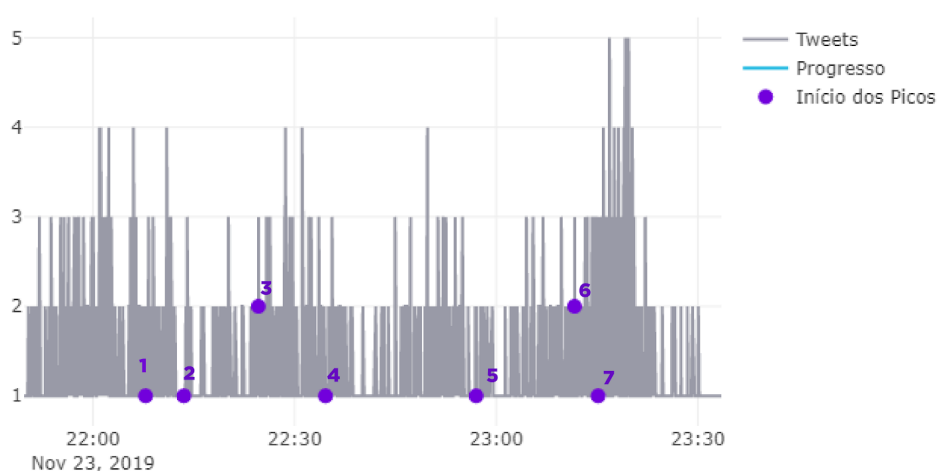
Foi possível observar que o primeiro grande pico, entre os pontos 1 e 2, ocorreu durante a exibição da cena em que a influenciadora Vivi no celular se despediu de seus seguidores e de sua carreira, o que estava em discussão de modo mais evidente nos tweets ainda é uma cena anterior: a briga entre Chiclete e Camilo (que resulta na morte de Camilo). Essa cena, conforme destacada na figura 2, aconteceu aproximadamente 10 minutos antes do pico, porém seu rastro de discussão se alastrou mesmo com outros momentos sendo exibidos. A repercussão contou com mensagens como: "Finalmente esse infeliz morreu #ADonaDoPedaço", "Chicleteeeee , Que cena meus amigos #ADonaDoPedaço", "Chiclete como sempre carregando a novela nas costas ♥ #ADonaDoPedaço", "Depois dessa surra que o chiclete deu no Camilo ele ainda volta com uma faca(?) #ADonadoPedaco", o que indica uma satisfação da plateia com o desenrolar desta trama. Ao transcrevermos as mensagens, as anonimizamos.

Os tweets próximos ao pico 3, já no intervalo da novela, continuam ainda abordando a cena da briga. Somente após esse pico que se iniciaram, paralelamente, as publicações sobre a cena de despedida da Vivi Guedes: "Ô Deus, a Vivi vai fazer falta #ADonaDoPedaco", "Viviguedis fazendo a última live #ADonadoPedaco". Ao chegar na análise do pico 4, os comentários sobre a cena da briga continuaram:

A análise sugere um declínio no interesse pelos demais desfechos no último capítulo. Acompanhando a redução dos picos, um maior número de tweets criticando a novela começou a ocorrer conforme a exibição avançava, por exemplo “Achando esse final fraco, tá gente?! (na voz da Soninha) #ADonaDoPedaço”, “até agora a única parte boa desse final foi a morte do Camilo #ADonadoPedaço”, “Gente esse final tá bem mixuruca hein #ADonaDoPedaço #ADonaDoPedacoFinal”, “essa novela tinha tudo pra ser uma das melhores, mas o enredo tomou um rumo que não dá nem pra explicar... se perdeu #ADonaDoPedaço””. A cena final com a personagem Josiane mudou este sentimento, dando às plateias uma surpresa (ainda que previsível) e gerando metade do tráfego da coleta após a exibição, o que foi analisado fora da ferramenta *PeakVis*.

A análise da reprise apresentou um volume significativamente menor de informações. Como pode ser observado na Figura 3, a ferramenta não identificou claramente picos de tweets, apresentando um gráfico de postagens com um comportamento não linear, com uma alta variação de highlights. Cabe ressaltar que o ponto máximo de tweets por segundo após a filtragem do banco (eixo y) foi de 5, enquanto na sexta (figura 2) chegou próximo a 60, o que sugere que a ferramenta tem um desempenho mais satisfatório quando utiliza conjuntos maiores de dados.

Figura 3 - *PeakVis* com o fluxo de tweets da reprise de sábado



Fonte: dados coletados no Twitter, gráfico do *PeakVis*.

Outro ponto interessante que define o comportamento das plateias na internet durante o capítulo de sábado é o envolvimento dos espectadores com a cena da briga.

Muitos voltaram para assistir Chiclete batendo em Camilo e declararam isso em suas postagens. Alguns elogiaram o acontecimento, “Quero gravar essa cena do Chiclete arreagando o Camilo pra toda vez que eu lembrar que ele foi um lixo a novela toda #ADonadoPedaco”, enquanto outros reclamaram da falta de detalhes explícitos na representação da luta e do assassinato, como pouco sangue e evidências de violência, como em: “Esperando até agora para os respingos de sangue dos socos do Chiclete aparecerem na camisa do Camilo #ADonadoPedaco”.

A falta de picos bem delimitados pode ser explicado por alguns motivos. O primeiro ponto é o baixo volume de tweets coletados, apenas 2.745 mensagens. A segunda inferência leva a crer que por se tratar de uma reprise, além da concentração menor de usuários abordando tópicos ligados a novela, a maior parte dos fãs esgotaram sua participação no episódio inédito, não sendo motivados a repercutir novamente o que para eles já teria sido encerrado. Essa perspectiva foi validada através de uma consulta no banco de dados onde foi verificado que nenhum dos 2.745 usuários individuais que publicaram mensagens no sábado haviam publicado algo sobre o episódio inédito da sexta. Dessa forma, é possível afirmar que houve uma diferença entre o público no Twitter entre os dois dias.

Considerações finais

A observação do comportamento dos espectadores no Twitter revelou alguns padrões interessantes. Em primeiro lugar, a televisão continua sendo uma importante fonte impulsionadora do tráfego on-line, pautando picos de debate nas telas e redes digitais. Em segundo lugar, apesar de ambas as telas estarem presentes no cotidiano doméstico, a atenção do espectador ainda se divide entre elas, o que é revelado pelo atraso na reação em publicar algo nas redes sociais após a revelação de um ponto importante da trama durante a exibição do capítulo. A atenção à televisão precede a ação.

O desenrolar narrativo do capítulo também influenciou o volume dos comentários. As duas cenas mais comentadas tiveram elementos em comum que as fizeram reverberar no Twitter. Ao combinar "violência" e "surpresa", o assassinato de

Camilo por Chiclete e Josiane confirmando sua vilania se aproximaram como gatilhos de tráfego que ocultaram outras cinco tramas, inclusive o final feliz da protagonista. O maior destaque para Josiane, responsável por mais da metade das mensagens coletadas, especulamos, tem a ver também com a apropriação de uma linguagem visual estereotipada, portanto de fácil leitura, e próxima da visualidade de memes na internet.

A estratégia narrativa do capítulo também pareceu estar alinhada com conhecimentos sobre o tráfego de comentários em SRS, pois concentrou as cenas de maior impacto no começo e no fim da transmissão o que possivelmente manteve os espectadores assistindo o restante do programa no primeiro momento e os fez entrarem em uma discussão e compartilhamentos online em um segundo momento oportuno, após o encerramento da novela. Mas esta hipótese precisa ser testada em outros programas.

De um modo geral, foi possível observar que existe um atraso de até 10 minutos entre a exibição de uma cena e sua repercussão no Twitter. Esse tempo de atraso em relação ao engajamento nas redes também pode ser identificado como um “respiro” entre os principais conflitos da TV. As cenas foram mais comentadas após sua conclusão, uma vez que a atenção à SRS não congela o andamento da telenovela.

Estas são ferramentas em desenvolvimento e sua construção continua. Em futuras investigações, o *Peakvis* será direcionado a outros gêneros audiovisuais como esportes e política, além de acrescentar outras formas de visualizações interativas como uma maneira de potencializar a análise de produtos audiovisuais.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. São Paulo: SENAC, 2002.

ALVAREZ-MONZONCI LLO, José M. **Watching the Internet**: the future of TV?. Lexington: Formal Press/Media XXI, 2011.

BLAKE, James. **Television and the second screen**: interactive TV in the age of social participation. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2017.

BRANDÃO, Felipe. Audiência: A Dona do Pedaco termina com 10 pontos a mais que O Sétimo Guardião. **Observatório da televisão**, 25 nov. 2019. Disponível em: <<https://observatoriodatv.bol.uol.com.br/audiencia-da-tv/2019/11/audiencia-a-dona-do-pedaco-termina-com-10-pontos-a-mais-que-o-setimo-guardiao>>. Acessado em: 23 jan. 2020.

DA CONCEIÇÃO, J. C; BORGES, R. M. R. **Consumo, Memória e Telenovela: As faces de Verdades Secretas no Twitter**. GP de Ficção Seriada do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016.

DE ALMEIDA, M. R. **Etnografia em “Segunda Tela”**: Um Estudo Sobre os Telespectadores de The Voice Brasil. Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2015.

DOS SANTOS, M. C; NAHUZ, T. **Aplicativos de Segunda Tela: Mapeamento de Utilização e Desenvolvimento de Ferramenta de Autoria para Produtores de Conteúdo**. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2015.

ECO, Umberto. (Org.). **História da feiura**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

FECHINE, Y; CAVALCANTI, G. **Teledramaturgia brasileira e TV Social: articulações entre Televisão e Internet nas estratégias transmídias da Rede Globo**. GP Ficção Seriada do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2015.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil**, 2018. Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2018>>. Acessado em: 09/10/2020.

GSHOW. **A dona do pedaco**. Globo.com, 2019a. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/a-dona-do-pedaco/personagem/maria-da-paz/>>. Acessado em: 08 out. 2020.

GSHOW. **Último capítulo de ‘A Dona do Pedaco’**: confira todos os desfechos. Globo.com, 2019b. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/a-dona-do-pedaco/noticia/ultimo-capitulo-de-a-dona-do-pedaco-confira-todos-os-desfechos.ghtml>> Acessado em 09 out. 2020.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

IBGE EDUCA. 2018. **Uso de internet, televisão e celular no Brasil**. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>> Acesso em 09/10/2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. **Sobre preparação cultural, atenção e distração nos modos de assistir TV**: uma análise do caso da experiência de múltiplas telas. *Conexão-Comunicação e Cultura*, v. 17, n. 33, 2018.

OLIVEIRA, M. C. P. **A Imagem Audiovisual No Contexto Digital**. GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas. 2015. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2015.

RECUERO, Raquel da Cunha. *Redes sociais na internet*. 1. Ed. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. 1. Ed. São Paulo: Paulus, 2003.

THINK WITH GOOGLE. 2018. Pesquisa Video Viewers: como os Brasileiros estão consumindo vídeos em 2018. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>> Acesso em 09/10/2020.

VILELA, M. (2017). A social TV e a construção crítica pós-moderna: uma análise de conteúdo dos tweets sobre Game of Thrones. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2017.