



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

“Who the fuck is Manu Gavassi?”: um estudo de caso sobre narrativa pessoal compartilhada através do Instagram

Karolyne Rocha de Oliveira¹

Luís Mauro Sá Martino²

RESUMO: Este artigo estuda as estratégias de storytelling usadas pela Manu Gavassi em sua conta na rede social Instagram para se aproximar de seu público durante sua participação no reality show Big Brother Brasil, edição de 2020. Foram analisados 86 vídeos publicados em sua conta no Instagram entre o dia 21 de janeiro até o dia 28 de abril do ano, período que ela ficou no programa – e quebrou recordes de audiência nas redes sociais. A partir do estudo das narrativas produzidas por ela nas postagens, foi possível observar, como estratégia principal, o uso de uma narrativa pessoal, mas modificada de acordo com o momento de sua participação no programa, para se obter novos seguidores enquanto esteve confinada.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria da Comunicação, Redes Sociais, Instagram, Narrativa, Storytelling.

“Se você está assistindo isso é porque eu morri. To brincando, eu sempre quis falar isso. Se você está assistindo isso é porque eu fui retirada da sociedade. Eu entrei no maior e mais popular retiro espiritual do Brasil”. Essas palavras foram ditas por Manu Gavassi em um vídeo postado em sua conta na rede social Instagram no dia 21 de janeiro 2020, com a legenda “Se você está vendo esse vídeo eu enlouqueci. #WHOTHEFUCKISMANUGAVASSI?”. A postagem poderia ser mais uma parte da sua websérie “Garota Errada”, de 2018, mas era, para ela, o começo de uma nova etapa profissional – sua participação no Big Brother Brasil, *reality show* exibido pela Rede Globo.

Manoela Gavassi já havia atuado em novelas da emissora e faz trabalhos como influenciadora digital. Independente do que Gavassi estivesse desempenhando e da plataforma uma de suas características era certa: ela contava histórias.

Pfaffenseller, Pellanda e Piccinin (2017) dizem que é por meio da narrativa de si que cada um conta não apenas seu passado, mas também projeta o futuro, em um exercício capaz de permitir um posicionamento no mundo, enxergando e construindo seu próprio presente. Quando Manu Gavassi decidiu participar da vigésima edição do *Big Brother Brasil* e produzir conteúdos para contar essa história em suas redes sociais, elaborou sua narrativa e projetou um futuro onde seu trabalho ganha maior projeção.

¹ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: karolyne18oliveira@gmail.com

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: lmsmartino@casperlibero.edu.br



FACULDADE CÁSPERE LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Somos contadores de histórias. Luiz Gonzaga Motta (2013, p. 28) aponta que

somos nossas narrações. Nossas narrativas nos instituem e constituem. (...) Nossa história revela quem somos, mas revela também nossos estados intencionais, o que pretendemos ser, os *scripts* que projetamos de nós mesmos. Narrativas nos ajudam a sondar e testar a realidade, e simultaneamente instituem as identidades, organizações e sociedade.

Manu Gavassi, ao decidir ficar confinada no maior *reality show* do país, escolheu contar uma história através da sua conta na rede social Instagram. Ela compartilhou sua narrativa pessoal em suas redes sociais, através de vídeo e fotos. Produziu 86 vídeos nesse espaço de tempo, o propósito de mostrar ao público, como ela diz em uma das postagens, “Who the fuck Manu Gavassi?”. O conteúdo foi postado todos os dias, de 21 de janeiro de 2020, período que a jovem ficou no programa, até a final, dia 28 de abril, onde conquistou o 3º lugar, com 21,09% dos votos do público.

Muitos participantes de *reality show* mantêm as suas redes sociais ativas enquanto estão confinados, usando o perfil para pedir votos e fazer postagens referentes ao programa. O que existe de diferente na estratégia da ex-BBB em questão nesta pesquisa?

A postura de Gavassi nas redes sociais foi diferente do esperado. Não citou o programa nem usou as mídias do *reality show*. Se referia a ele como “retiro espiritual”. Alguém alheio a atração da TV Globo talvez nem soubesse que ela estava no programa. Em edições passadas, os administradores das redes sociais dos “brothers”, como são chamados os participantes, publicaram fotos e vídeos do programa, usando legendas e hashtags, falando explicitamente do Big Brother Brasil.. Manu criou algo como uma grande peça teatral em seu Instagram, contando a sua história e se colocando em diferentes posições e personagens, compartilhando sua narrativa pessoal em suas redes sociais, através de vídeo e fotos.

Para Motta (2013, p. 27) nossa identidade é uma narrativa pessoal:

Estamos sempre contando histórias de nós mesmos, enviando mensagens diversas, por meio de diários, e-mails, tuítes, mensagens nas redes sociais, em geral, etc. Por meio dessas histórias que contamos de nós mesmos estamos construindo um autossignificado singular: nosso eu se transforma em um conto, um relato valorativo. Podemos estudar as narrativas, portanto, para compreender esse conto..

Gavassi disse, em entrevista ao podcast “Um Milkshake Chamado Wanda” (2020), que seu empresário, Felipe Simas, acreditava que “todos deveriam tomar um chá com ela para poderem conhecê-la como ele a conhecia”, e isso poderia ser feito por meio do programa gravado 24 horas e dos vídeos roteirizados pela atriz, divulgados em seu perfil na rede social Instagram. Manoela gravou seus vídeos em estúdio, com a produção da agência criativa “Cute But Psycho”, que a mesma fundou em 2019, ao lado de Andressa Marguet, planner e atendimento, e Fernando D’Araújo, diretor de arte.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

“Tinha vídeo, foto, stories, música, tudo funcionou de uma maneira muito 360. E meio que fui aprendendo fazendo, não segui nenhuma fórmula, não me inspirei em nenhum lugar, deixei a minha mente criar”, contou Manu em entrevista ao Meio&Mensagem em julho de 2020.

Manu angariou fãs e colecionou recordes. Durante o programa, saltou de 4,4 milhões para mais de 13 milhões de seguidores no Instagram. De acordo com o Portal Popline (2020), em publicação de 23 de janeiro, foi a pessoa mais seguida do Instagram em 24 horas, conquistando 175.666 novos seguidores. Saiu vitoriosa no maior “paredão” da história do Big Brother, com mais de 1,5 bilhão de votos, segundo matéria do veículo de notícias Estadão (TUCHLINSKI, 2020) – e, com isso, entrou no Guinness Book. Após citar o termo “sororidade” no programa ao vivo, as buscas pela palavra subiram em 250%, de acordo com o Google (UNIVERSA, 2020).

Para Raquel Recuero (2012) as redes sociais possibilitam que conexões sociais sejam geradas, mas elas se mantêm de forma artificial, já que o fenômeno se desenvolve a partir de um dispositivo eletrônico. Apesar disso, Manoela conseguiu criar uma comunidade interessada em suas narrativas, mesmo estando impossibilitada de receber informações do mundo fora da casa mais vigiada do Brasil.

Nesse artigo são analisados suas postagens na rede social Instagram. A plataforma foi concebida com o objetivo de divulgar fotos e vídeos para a rede de contatos dos usuários, no momento de seu acontecimento. Não à toa, sua logomarca, até pouco tempo, fazia referência direta às antigas câmeras Polaroid, sinônimo de “instantaneidade” à época. Com o passar do tempo, o Instagram passou a ser apropriado também para fins comerciais, trazendo perfis de categorias de negócio, além dos pessoais (SILVESTRE, 2017).

Serão analisado nesta pesquisa 40 dos 86 vídeos produzidos por Gavassi durante sua participação no Big Brother Brasil, organizados em quatro categorias. Essa divisão foi feita a partir da observação de repetições, ou a falta dela, no conteúdo publicado. São elas: 1) Capitã das Fadas Sensatas: a narrativa de liderança e disputa, 2) Falando para si, falando para os outros: Cartas Abertas e Diário, 3) Oferecendo e recebendo ajuda: Sessão de Terapia e Guru do Amor e 4) Outras narrativas: música e polarização política. Dentro destas categorias serão selecionados os vídeos mais relevantes para a construção do personagem da história *Who the fuck is Manu Gavassi?*

De acordo com a categoria analisada, Gavassi assume uma posição diferente, seu personagem muda em cada ato, ou capítulo de acordo com a situação, público que deseja atingir e que mensagem deseja passar.



FACULDADE CÁSPERE LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

1. Capitã das Fadas Sensatas: a narrativa de liderança e disputa

Essa categoria tem oito vídeos e o que se resalta é o primeiro. Logo na primeira semana de confinamento, 24 de janeiro de 2020, Manoela publicou um vídeo onde assume o papel de líder e recruta pessoas para o seu exército: o “Exército das Fadas Sensatas”. Fazendo referência ao meme popular nas plataformas digitais. Segundo Rodrigo Lara (2019):

“Fada sensata” é uma expressão frequentemente usada nas redes sociais. E se trata de um novo personagem de contos infantis. Na verdade, podemos separar a expressão em duas partes. A primeira, “fada”, não é bem literal: a palavra é usada há algum tempo em tom de elogio. É uma forma de se referir a uma pessoa que você admira muito. Já a parte “sensata” segue o sentido literal da palavra.

Nesse vídeo, a cantora diz o que é preciso para “fazer parte do time”, declara que qualquer pessoa, independente da raça ou orientação sexual será aceita e brinca com piadas envolvendo a sua carreira. E finaliza: “Você sabe o que fazer, fadinha. Não me decepcione”. As produções com essa narrativa foram postadas sempre que Manoela estava em um “paredão”, painel de eliminação com quantidade variável de participantes formado todas as semanas no *reality show*. Ou seja, ela pedia o apoio de quem a acompanhava.

Segundo Monteiro (2013):

As mobilizações dentro dos grupos de fãs podem ser divididas em três subcategorias que podem se sobrepor e serem articuladas com outros modelos: (1) quando os “ídolos pedem ajuda dos fãs” para promover single/filme/jogo e o fandom colabora; (2) quando há mobilização para “campanhas sociais” onde fandoms disputam visibilidade e status. (...) (3) mobilização “contra o bullying”, uma “batalha de espaço/visibilidade entre fãs e anti fãs/haters”. Fãs se mobilizam para defender seus ídolos diante daqueles que desgostam.

Nesse caso do “Exército das Fadas Sensatas” podemos observar a terceira maneira de mobilização. Essa categoria se diferencia por manter sempre a mesma roupa e maquiagem. Em todos os vídeos Manoela usa camiseta “tie dye” (técnica de tingimento de roupas), jaqueta e pintura no rosto com tinta rosa fazendo referência a pintura de guerra. O fundo também é diferente, ao contrário dos demais, de cor azul.

No *reality show* Big Brother Brasil acontecem periodicamente provas para decidir quem será o líder da semana. Essa pessoa tem o poder de enviar um participante para o paredão e, em alguns casos, também é imune, ou seja, ninguém pode votar para que ela vá para o paredão.

Desde o início do programa Manoela virou piada nas provas. Alguns participantes diziam até que ela não estava levando o programa a sério: Felipe Prior, seu colega de confinamento, disse que Gavassi “achava que estava na Disney”, brincando dentro do *reality show*. Ela se apropriou do discurso e o apelidou de



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Mickey. O nome viralizou em sua base de fãs. Até que no dia 26 de março de 2020, o primeiro vídeo dessa categoria foi o publicado. Nele Gavassi usa uma camisa estampada e está em um local com fundo amarelo, diferente dos demais vídeos. Ela segura uma coroa e lamenta não ter conseguido. Naquela noite durante a exibição do programa ao vivo aconteceu outra “prova do líder” que se destacou por ser a primeira que Manoela chegou perto de ganhar.

Desde então em todas as provas um vídeo com a mesma temática era postado, totalizando cinco no total. Em todos a cantora aparecia reclamando por não ter conseguido sua coroa, mas diz continuar tentando.

Seguindo o roteiro, ela criava uma história: Gavassi se apresenta como uma lutadora, ela persiste e tenta diversas vezes até chegar ao objetivo. Essa categoria surpreendeu seus seguidores e criou uma atmosfera de ansiedade para saber qual seria o vídeo publicado no dia que ela se tornasse líder. Narrativas foram criadas sobre ela com base na história que ela estava contando, sem que ela soubesse, já que ela estava confinada. Uma delas foi criada pela influenciadora digital Thaynara Oliveira Gomes em seu Twitter, dizendo: “O BBB tá acabando e eu fico com medo de nunca saber como é o vídeo que a Manu gravou pra postar no dia que ganhar a prova do líder”.

Os cinco vídeos deste grupo começaram a ser publicados já no final do programa, quando o público já estava acostumado com os vídeos em um fundo branco e falando pouco sobre o que estava acontecendo no programa. Motta (2013, p. 55) diz que o relato do extraordinário gera surpresa e ansiedade. Ele usa como explica terrenos ou enchentes trágicas que colidem com o fluxo de notícias esperado. Mas nesse caso um novo tipo de vídeo introduzido já na reta final do programa, também causou estranheza e ansiedade. Todos queriam saber o que seria publicado quando ela enfim chegasse à liderança: “Criada a estranheza inicial, há uma demanda por novos relatos, que gradualmente introduzem informações complementares na medida em que os acontecimentos se desenrolam” (MOTTA, 2013, p. 56).

Em três vídeos Manu Gavassi continua com a contar a história de que está em um retiro espiritual. Todos os vídeos da categoria apresentam a cantora no cenário habitual, gravando um recado em sua secretária eletrônica, pedindo para que a pessoa que quer entrar em contato deixe um recado após o sinal.

Nesta categoria Manu se coloca quase como uma espectadora da própria narrativa, a partir do uso de uma metalinguagem em relação à biografia. Ela brinca com uma realidade que não conhece, porque ainda não aconteceu e desmistifica o que Bourdieu (1996) chama de “senso comum dos relatos”. No texto “A ilusão biográfica”, indica que nem sempre as narrativas precisam seguir a estrutura padrão com começo, meio e fim sem alteração alguma:



FACULDADE CÁSPERE LIBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Essa vida organizada como uma história transcorre, segundo uma ordem cronológica que também é uma ordem lógica, desde um começo (...) mas também de princípio, de razão de ser, de causa primeira, até seu término, que também é um objetivo. O relato, seja ele biográfico ou autobiográfico, como o do investigado que "se entrega" a um investigador, propõe acontecimentos que, sem terem se desenrolado sempre em sua estrita sucessão cronológica (...), tendem ou pretendem organizar-se em seqüências ordenadas segundo relações inteligíveis" (BOURDIEU, 1996, p. 184).

Ainda para Bourdieu, o abandono da estrutura do romance como relato linear coincidiu com o questionamento da visão da vida como existência dotada de sentido, no duplo sentido de significação e de direção. Gavassi questiona isso em diversos momentos em sua narrativa. Nessa categoria ela diz que retornará a ligação quando for eliminada, ou "iluminada" fazendo uma brincadeira com a possível eliminação no programa, fazendo piada com o sentido da sua existência.

2. Falando para si, falando para os outros: Cartas Abertas e Diário

Em cinco vídeos, Manu Gavassi se coloca em posição de igualdade com seu público, tentando estimular a empatia. Ela apresenta "cartas abertas" para o ator Selton Mello, as princesas dos contos de fadas, a dupla Sandy & Junior, as *ex-BBB* Sabrina Sato e para si mesma. Os vídeos que contribuem para a narrativa contada são:

CARTA ABERTA a Sandy (e ao Junior também) - Manu começa cantando "Etc... e tal", um dos sucessos da dupla Sandy e Junior. É importante lembrar que no ano de 2019, os dois realizaram a turnê Nossa História, que segundo a Pollstar, publicação voltada para a indústria de shows, foi a segunda mais lucrativa do mundo. Após declamar o trecho da música Manu confessa que seus relacionamentos amorosos foram afetados pelas músicas cantadas por eles. Conta a história sobre o momento em que a conheceu. Então acontece o turning point: em um vídeo sobre a sua admiração pela cantora ela pergunta "Por que o Júnior me deu unfollow?" e desabafa sua preocupação acerca do motivo. Manu mostra que como boa parte do Brasil ama a dupla e sente um certo desconforto quando alguém para de segui-la, sentimento comum entre usuários de redes sociais.

CARTA ABERTA a Sabrina Sato - Este recado é direcionado à ex-participante do *Big Brother Brasil*. No vídeo, Manu declara que sua meta ao entrar no programa era ficar o mesmo tempo que Sabrina, que também é sua amiga, e surpreende ao dizer que ela foi a única pessoa para quem Gavassi contou sobre a decisão de participar do programa.

CARTA ABERTA pra mim mesma (e pra vocês) - Diferente das outras, nesta Manu está em casa, não em um estúdio. Em vários momentos pensa no que falar, hesita e chora. Esse é o momento que Gavassi mais



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

se aproxima do “que era comum ou cotidiano em seu Instagram durante esse período. Ela grava um recado para seu “eu” do futuro, imaginando como foi chegar até a última semana do *reality show*. Agradece as pessoas que estão vendo aquele vídeo, se referindo aos seus fãs: “Se eu cheguei até aqui (...) vocês de alguma maneira se identificaram comigo”. Gavassi brinca com a noção linear de tempo, fala de um futuro que não conhece, quando os vídeos foram gravados ela não sabia o que ia acontecer. Ela propõe um futuro onde ela ultrapassou vários limites, se tornou uma pessoa mais segura de si. Tudo que diz vem com uma certa incerteza, mas esperando que aconteça. “Não sei muito bem o que esperar, porque eu tenho que viver antes.”

Segundo Paula Sibila (2003), a narratividade si tornou-se uma prática habitual na modernidade, dando à luz todo tipo de textos introspectivos nos quais a autorreflexão se voltava para a sondagem da natureza fragmentária e contingente da condição humana, plasmada na particularidade de cada experiência individual.

Nessa categoria Manu Gavassi conta sua história através de cartas. Esse estilo literário, segundo Sibila (2003, p. 4), pertence a esse “conjunto difuso de gêneros conhecidos como narrativas do eu”, se desenvolvendo e vivenciaram uma sorte de apogeu no final do século XVIII. Em suas cartas abertas, Manu mostra mais uma vez que não está distante das pessoas que a acompanham quando se trata de personalidades da mídia. E um ponto fora da curva: a carta aberta para a Manu do futuro. Sem estúdio e, aparentemente, sem roteiro, ela aparece transparente para seu público. Não apenas seus quatro milhões de seguidores que ela deixou quando entrou na casa mais vigiada do Brasil, mas para essa rede de 13 milhões que ela criou sem saber.

Em quatro vídeos Gavassi faz uma espécie de diário virtual, prática comum na internet. Os relatos autobiográficos, especialmente as diversas formas do diário íntimo, tiveram a sua morte anunciada e confirmada nas últimas décadas do século XX, sem que ninguém previsse seu repentino ressurgimento nos novíssimos ambientes virtuais e globais das redes eletrônicas (SIBILIA, 2003).

As produções de Manu se diferenciam pelo momento em que foram produzidos. Normalmente os diários, em vídeo ou em texto, contam os acontecimentos daquele dia. Porém todos os vídeos criados e roteirizados por ela foram gravados antes do dia que foram publicados – por isso, nem a autora sabe o que estaria fazendo naquele dia. Ela apresenta na sua narrativa uma ideia do imaginativo, uma perspectiva possível dos acontecimentos.

Ela começa todos os vídeos com “querido diário” fala sobre o momento que o vídeo está sendo postado. Por exemplo na primeira semana do *reality show* ela fala rapidamente sobre isso. Se diz curiosa para saber o que está acontecendo com a sua versão do presente e pede para que todo a assistam e comentem



FACULDADE CÁSPERE LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

na publicação o que ela está fazendo. E esse padrão se repete. Seus seguidores são os responsáveis pelo relato do seu dia.

3. Oferecendo e recebendo ajuda: Sessão de Terapia e Guru do Amor

Em quatro vídeos Gavassi construiu uma narrativa da “terapia”. Alguns vídeos se destacam por ser fora do padrão estúdio e fundo monocromáticos utilizado por ela até então. Essas produções se passam em uma locação que se assemelha a um consultório, com o clássico divã. Nesses vídeos, ela se consulta com um “terapeuta mirim”, o ator Gabriel Miller, de 10 anos, única pessoa, além dela, a aparecer nos vídeos. Isso cria um aspecto cômico, onde uma criança demonstra ter a vida mais organizada que a dela. Aqui Gavassi se coloca em posição mais vulnerável: precisa tanto de ajuda e bons conselhos que os aceita de uma criança. De acordo com esses vídeos, Manu apenas entrou no *reality show*, ou “Retiro Espiritual” depois que seu terapeuta a aconselhou.

Apesar de arriscada, por sair do padrão da maioria dos vídeos, essa categoria foi aceita pelo público, e a mídia tradicional legitimou a produção de Gavassi. O portal UOL elogiou a dupla: “A escolha se mostrou muito acertada. O texto irônico de Manu combinou perfeitamente com as sacadas rápidas e o carisma do pequeno ator”

Pfaffenseller, Pellanda e Piccinin (2017), analisando as narrativas de si nas redes sociais, mostram como elas resultam em uma maneira dos sujeitos ordenarem suas vidas e nesse processo tornarem esse ordenamento palavra pública por meio das postagens que pretendem produzir a “transparência” de suas vidas. Para as autoras, as autonarrativas evocam os pensamentos e podem ter caráter catártico na medida em que possibilitam problematizar problemas, compartilhar sentimentos, mimetizando, em alguma medida, o divã de analista.

Um tema recorrente nessa categoria é a dificuldade em definir a profissão de Manu Gavassi. Ela fala sobre a angústia causada por isso no primeiro vídeo, postado dia 22 de janeiro de 2020. Em 2018 chegou a ser indicada MTV MIAW na categoria “Oi, meninas”, ao lado de blogueiras e Youtubers, e causou polêmica ao pedir que retirassem sua indicação

Ela se aproxima da figura do influenciador, pela construção mais emocional com o seu público, permeada por espontaneidade. A jornada pública feita através de roteiros, mas todos escritos por ela, como já afirmou em LIVE. E de forma transparente e sincera.

Para Karhawi (2016, p. 46):



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Enquanto uma celebridade está distante, sob holofotes, traçando um caminho de sucesso que parece muito distante de quem os assiste no cinema e na televisão, os influenciadores digitais estão no Facebook, no Instagram, no Snapchat, em espaços ocupados por “pessoas comuns” com quem dialogam em igualdade.

Depois dessa análise talvez seja possível definir que Manu Gavassi não é nem celebridade, nem influenciadora. Ela é as duas coisas e talvez mais.

Durante três vídeos, Manoela apresenta o quadro “Manu Guru do Amor”, criado no Instagram Stories, ferramenta da rede social onde é possível publicar fotos ou vídeos que ficam disponíveis por apenas 24 horas. Essa ferramenta possui uma lógica efêmera: conteúdos postados lá são menos elaborados e mais espontâneos.

Durante o período analisado, Gavassi levou o quadro para as postagens principais, o feed, que reúne todas as publicações do perfil e fica disponível até que a pessoa escolha apagar. Essa nova fase do quadro manteve o padrão da maioria dos vídeos analisados: gravado em estúdio, com fundo branco, roteirizado e com figurino selecionado previamente. Consequentemente a espontaneidade se perdeu.

Nos vídeos dessa categoria Manu lê casos amorosos de seus seguidores e tenta ajudar, exceto em um vídeo onde quem dá os conselhos é Henrique, o peixe tatuado no pulso da cantora. Essa participação também acontecia esporadicamente no Instagram Stories. No quadro, a cantora troca de papel na narrativa: se antes precisava de ajuda, agora é ela quem aconselha. Ela tenta criar intimidade com as pessoas que a acompanham, quase como uma amiga bem-humorada que ouve os problemas e tenta aconselhar da melhor maneira possível.

4. Outras narrativas: música e polarização política

Em cinco vídeos, Manu Gavassi canta sobre diversos assuntos: apresenta a sua história, agradece quem a apoiou, canta uma música de amor e até canta hinos de times de futebol. Nesse momento Gavassi assume sua face mais famosa: a artista. Três vídeos se destacam nessa categoria:

O primeiro vídeo mostra Manoela sentada, tocando um violão branco. E canta sobre a sua história para quem não a conhece, como diz. É uma chance para quem a viu apenas quando o *Big Brother Brasil* começou a saber sobre a sua trajetória. No final, desabafa, dizendo que agora que tem 27 anos tem apenas duas opções: enlouquecer ou entrar em um *reality show*.

Em outro vídeo, canta uma música inédita. Em certo momento do *reality show* Manu executou a canção e revelou que era dedicada a seu então namorado, Igor Carvalho. O relacionamento se iniciou quando



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

ela já estava no programa. Nos primeiros dias de confinamento, a cantora falou sobre seu relacionamento e confidenciou que, como nunca houve um pedido de namoro, ela não sabia se estava namorando. Encorajada pelos colegas de programa, decidiu resolver a situação: pegou um cacho de uvas, olhou para a câmera e fez o pedido. Igor aceitou e, para avisá-la, escreveu um cartaz e foi até a Casa de Vidro, local onde alguns candidatos que não foram selecionados disputam vagas no *reality show*. Um dos participantes, ao entrar na casa, avisou Manu que ela estava namorando.

O terceiro item de destaque são dois vídeos, postados juntos, com o recurso de “álbum” que o Instagram tem. Nas duas produções Manoela, canta os hinos do Corinthians e do Flamengo. Segundo a 5ª pesquisa LANCE!/Ibope realizada em 2017 os times em questão têm a maior quantidade de torcedores no Brasil. Flamengo com 32,5 milhões e logo atrás com Corinthians 27,3 milhões de fãs.

É importante lembrar que esses vídeos foram publicados durante a votação do “paredão”, onde ela e os participantes Felipe Prior e Mari Gonzalez dependiam do voto do público para continuarem no programa. Apesar de ser um “paredão” triplo, o embate Manu X Prior foi o centro.

A polarização social e política do Brasil foi ilustrada nessa disputa televisionada. Com as eleições de 2014 o Brasil se dividiu. Segundo um levantamento do Instituto Ipsos, realizados nos países que o instituto atua, a polarização política no Brasil atingiu um nível Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020 12 de intolerância que supera a média internacional de 27 países. A pesquisa mostrou que os entrevistados estão menos propensos a aceitar as diferenças, e 32% dos brasileiros acreditam que não vale a pena tentar conversar com pessoas que tenham visões políticas diferentes das suas.

Um grupo de artistas se mobilizou para apoiar Manu. Fizeram músicas, vídeos, postagens em diversas redes sociais, até em desafio de dança o apoio se converteu. Jogadores de futebol entraram no debate e apoiaram Felipe Prior. Segundo matéria do site Globo Esporte jogadores como Neymar (Paris Saint-Germain Football Club), David Luiz (Arsenal Football Club), Vinicius Junior (Real Madrid Club de Fútbol), Dedé (Cruzeiro Esporte Clube) entre outros fizeram campanha para a permanência de Prior no Reality Show. O “paredão” com mais de 1,5 bilhão de votos terminou com Manu Gavassi permanecendo no programa com 42,51% da preferência. Isso indica um índice de identificação com a persona criada por Manu nas redes sociais e com a pessoa que ela mostrou ser dentro do programa.

Durante o processo de separar e organizar as produções em categorias alguns vídeos não formaram uma categoria própria, mas merecem ser analisados, porque são importantes na narrativa estudada aqui. Os mais significativos para a análise são:



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

É carnaval! – A produção audiovisual publicada dia 25 de fevereiro, exatamente quando as celebrações carnavalescas se iniciam, o tema não podia ser outro. No registro Manoela admite que quando era mais nova odiava o carnaval porque se sentia obrigada a isso, mas com o passar dos anos da moda mudou e agora é *hype* gostar da festa tradicional brasileira. A tendência veio junto com outras do passado: calças de cintura alta, câmeras análogicas e carnaval, outrora esquecidos pelos jovens e agora populares.

No final do vídeo, invoca um rumor sobre ela muito comentado nas redes sociais. No carnaval de 2015 ela se envolveu com o ator americano Chace Crawford. Além de citar o acontecimento no vídeo em suas redes sociais, Manu falou sobre isso no Big Brother Brasil alguns dias depois, o que virou assunto em diversos portais na internet.

Explicando músicas antigas: Garoto Errado - Manoela se tornou conhecida e começou sua carreira com a música Garoto Errado, de 2010. A música romântica composta em sua adolescência foi um sucesso entre os jovens da época. E apesar de já possuir três álbuns e quatro Eps, antes da participação no *reality show*, o público *mainstream* conhecia apenas o seu trabalho daquela época.

Nessa produção a cantora analisa com humor seu primeiro sucesso musical, lê cada estrofe e faz piada da maneira que ela, com 14 anos, enxergava o amor. Reconhece que a foi essa pessoa, mas hoje, 10 anos depois, ela é uma mulher completamente diferente. Suas músicas são mais maduras e sua maneira de compor evoluiu, mas sem perder o respeito pelo início de sua carreira.

Sou uma senhora de 87 anos – No vídeo em questão, postado no dia 3 de março, Manu apresenta uma nova personagem em sua narrativa. Ela conta que tem uma outra personalidade, Olga, uma senhora que ama chás, pijamas e farmácias. Gavassi admite gostar de festas, como a maioria das pessoas de sua idade, mas Olga não gosta de festas muito demoradas, por isso a cantora não permanece por muito tempo em eventos sociais.

Os vídeos analisados nessa categorias têm uma coisa em comum: Manu mostra que é traz em si muitas narrativas. Ela já foi a jovem romântica que queria ser cantora, já odiou carnaval, mas hoje, apesar da idade, adora um bom chá e chegar em casa cedo:

Por essa forma inteiramente singular de nomação que é o nome próprio, institui-se uma identidade social - constante e durável, que garante a identidade do indivíduo biológico em todos os campos possíveis onde ele intervém como agente, isto é, em todas as suas histórias de vida possíveis. (BOURDIEU, 1996, p. 186)



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

Considerações finais

Este texto analisou como as narrativas pessoais criadas por Manu Gavassi em sua conta no Instagram geraram identificação com público a ponto de seus seguidores na rede social saltarem de 4,4 milhões para mais de 13 milhões. E, em especial, entender como isso aconteceu enquanto a Gavassi estava confinada, sem qualquer contato com o mundo exterior. A primeira vista, o fenômeno parece se tratar de engajamento e cultura de fãs, mas a análise sugere que se trata de algo mais do que isso. Apesar de usar roteiro e gravar seus conteúdos em estúdio com tudo calculado, Gavassi mostrou faces ainda desconhecidas para o público, discutiu o sentido da vida e contou “Who the fuck is Manu Gavassi?”.

Com isso, gerou empatia e criou uma comunidade de fãs fazendo uma coisa: contando histórias. Acredito que as narrativas e as suas plataformas estão em constante mudança. Manu Gavassi inovou, mas sempre existirá o que ser analisado. O objetivo não foi esgotar o tema, o conjunto de questões aqui tratadas deve ser alvo de pesquisas posteriores.

Referências

AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital*. Galaxia (São Paulo, Online), n. 29, p. 141-154, jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250>. Acesso em: 16 de maio 2020.

BIG Brother Brasil 2020. Direção: Rodrigo Dourado. Rede Globo: Rede Globo, 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/big-brother-brasil/>. Acesso em: 5 out. 2020.

BRIDI, Carla; GOMES, Bianca; LARA, Matheus. Polarização política no Brasil supera média de 27 países. **UOL**, 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2019/04/14/radicalismo-politico-no-brasil-supera-media-global.htm>. Acesso em: 17 de abr. 2020.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: MACMILLAN, Margaret. **Usos e Abusos da História**. Rio de Janeiro: Record, 2010. cap. 13.

DANTAS, Felipe. Manu Gavassi está no podcast com Karol Pinheiro fofocando sobre o BBB e fazendo Bingo da Quarentena!. **PAPELPOP**, 2020. Disponível em: <https://www.papelpop.com/2020/05/manu-gavassi-esta-no-podcast-com-karol-pinhoiro-fofocando-sobre-bbb-e-fazendo-bingo-da-quarentena/>. Acesso em: 05 de jun. 2020.

LAFLOUFA, Jacqueline. **Influenciadora Digital: uma jornada**. [S. l.: s. n.], 20-. Kindle.

LARA, Rodrigo. O que é fada sensata? Entenda a expressão que bomba na internet. **Tilt**, 2019. Disponível em: https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2019/03/29/o-que-e-fada-sensata-entenda-a-expressao-que-bomba-na-internet.htm?aff_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996. Acesso em: 17 de abr. 2020.

MALAR, João Pedro. Turnê de Sandy e Junior fica em segundo lugar em ranking mundial. **Estadão**, 2019. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,turne-de-sandy-e-junior-fica-em-segundo-lugar-em-ranking-mundial,70003115950>. Acesso em: 05 de jun. 2020.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet
Especialização e Mestrado em Comunicação

NEYMAR, David Luiz, Vinicius Junior, Dedé... Jogadores fazem campanha em paredão do BBB. **Globo Esporte**, 2020. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/rj/futebol/noticia/neymar-david-luiz-richarlison-jogadores-fazem-campanha-em-paredao-do-bbb.ghtml>. Acesso em: 17 de abr. 2020.

NOGUEIRA, Renata. Quem é Gabriel Miller, o ‘psicólogo mirim’ que ajudou a Manu Gavassi no ‘BBB’. **UOL**, 2020. Disponível em: https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/22/quem-e-gabriel-miller-o-psicologo-mirim-que-ajudou-manu-gavassi-no-bbb.htm?aff_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996. Acesso em: 05 de jun. 2020.

NUNES, Caian. Depois de estreia no BBB, Manu Gavassi é a pessoa mais seguida do mundo na quarta-feira no Instagram. **POPline**, 2020. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/depois-de-estreia-no-bbb-manu-gavassi-e-a-pessoa-mais-seguida-do-mundo-na-quarta-feira-no-instagram/>. Acesso em: 17 de abr. 2020.

PFÄFFENSELLER, Ana Claudia de Almeida; PICCININ, Fabiana; PELLANDA, Nize Maria Campos. As narrativas de si nas redes sociais: o "eu" no facebook. *In*: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana Quatrin. **Narrativas Midiáticas Contemporâneas: perspectivas epistemológicas**. Santa Cruz do Sul: Editora Cartase, 2017. cap. 3, p. 226-238. Disponível em: http://editoracatarse.com.br/site/wp-content/uploads/2017/10/Narrativas_midi%C3%A1ticas_contempor%C3%A2neas_perspectivas_epistemol%C3%B3gicas.pdf. Acesso em: 27 abr. 2020.

SÁNCHEZ, Luísa. Big Brother Brasil faz história e bate recorde mundial. **Guinness World Records**, 2020. Disponível em: <https://www.guinnessworldrecords.com.br/news/2020/4/big-brother-brasil-faz-historia-e-bate-recorde-mundial>. Acesso em: 26 de abr. 2020.

SCHNAIDER, Amanda. Manu Gavassi: “as vezes está tudo bem não ser criativo”. **Meio&Mensagem**, 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2020/07/27/manu-gavassi-as-vezes-esta-tudo-bem-nao-ser-criativo.html>. Acesso em: 02 de ago. 2020.

SONORIDADE: buscas no Google crescem 250% após fala de Manu Gavassi no BBB. **UNIVERSA**, 2020. Disponível em: https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/02/11/sonoridade-buscas-no-google-crescem-250-apos-fala-de-manu-gavassi-no-bbb.htm?aff_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996. Acesso em: 17 de abr. 2020.

TINTEL, Guilherme. Concorrendo como influenciadora, Manu Gavassi pede para retirarem sua indicação ao MTV MIAW. **Portal itpop**, 2018. Disponível em: <https://www.portalitpop.com/2018/04/manu-gavassi-pede-para-tirarem-indicacao-ao-miaw.html>. Acesso em: 05 de jun. 2020.

TUHLINSKI, Camila. ‘BBB 20’: Em paredão histórico, com mais de um bilhão de votos, Felipe Prior é o décimo eliminado. **Estadão**, 2020. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/tv,bbb-20-em-paredao-historico-com-mais-de-um-bilhao-de-votos-felipe-prior-e-o-decimo-eliminado,70003256049>. Acesso em: 05 de abr. 2020.

UM Milkshake Chamado Wanda 293: Você é Quarentener?. Entrevistadores: Marina Santa Helena, Phelipe Cruz e Samir Duarte. Entrevistadas: Manu Gavassi e Karol Pinheiro. São Paulo: 21 de maio 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://podcastwanda.libsyn.com/293-voc-quarentener-feat-manu-gavassi-e-karol-pinheiro>.