



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PPGC - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS

FLÁVIO JÚNIOR FREITAS FERREIRA

**ESTRATÉGIAS SOCIOEDUCATIVAS DAS TELENÓVELAS EM TEMPOS DE
CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA DE GÊNERO E SEXUALIDADE
NA ESFERA FICCIONAL DE *A FORÇA DO QUERER***

JOÃO PESSOA - PB

2020

FLÁVIO JÚNIOR FREITAS FERREIRA

**ESTRATÉGIAS SOCIOEDUCATIVAS DAS TELENÓVELAS EM TEMPOS DE
CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA DE GÊNERO E SEXUALIDADE
NA ESFERA FICCIONAL DE *A FORÇA DO QUERER***

Trabalho de dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas, da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB), como requisito para obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Thiago Pereira Falcão

JOÃO PESSOA

2020

Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F383e Ferreira, Flávio Júnior Freitas.

Estratégias socioeducativas das telenovelas em tempos de convergência: uma análise da narrativa de gênero e sexualidade na esfera ficcional de A Força do Querer / Flávio Júnior Freitas Ferreira. - João Pessoa, 2020.
138 f. : il.

Orientação: Thiago Pereira Falcão.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Comunicação. 2. Telenovelas. 3. Ações socioeducativas. 4. Convergência. I. Falcão, Thiago Pereira. II. Título.

UFPB/BC

CDU 654(043)

FLÁVIO JÚNIOR FREITAS FERREIRA

**ESTRATÉGIAS SOCIOEDUCATIVAS DAS TELENÓVELAS EM TEMPOS DE
CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA DE GÊNERO E SEXUALIDADE
NA ESFERA FICCIONAL DE A FORÇA DO QUERER**

Aprovado em _____, / / 2020

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Thiago Pereira Falcão

Orientador (PPGC/UFPB)

Prof. Dr. Marcel Vieira Barreto da Silva

Membro (PPGC/UFPB)

Prof. Dr^a. Lígia Beatriz Carvalho de Almeida

Membro (UAAMI/UFCG)

JOÃO PESSOA

2020

AGRADECIMENTOS

Ao Pai Criador, por tantas possibilidades criativas e de desenvolvimento das minhas capacidades enquanto ser humano.

Aos meus pais, José Flávio (Fafá) e Joana D'Arc, por serem compreensivos e apoiadores na jornada de estudo, a Laíse, irmã querida do meu coração, à tia Adriana, que sempre esteve presente, aos meus avós e tios.

À AD'OR – Centro de Expansão da Consciência que, através das Mestras Tânia e Hayla e seu grupo de mestres, iniciados e instrutores, trouxe a calma e a polarização necessárias.

À professora e amiga Cândida Nobre que, desde a graduação, acendeu a chama *nerd* e foi uma das minhas grandes incentivadoras desde o início e durante o percurso do mestrado.

Aos professores amigos Zé Maria Mendes e Ana Flávia Luna, pelo incentivo e revisão dos projetos nas minhas tentativas de ingresso na pós-graduação.

Aos professores do PPGC da UFPB: Marcos Nicolau, que desde o início sempre serviu como um pai, Eunice Gomes, Bertrand Lira, Cláudio Paiva, Sandra Raquel, Marcel Vieira.

À professora Yvana Fechine, do Programa da Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, pelas conversas e discussões que ajudaram a nortear esta pesquisa, e ao grupo do Obitel da UFPE, pelas indicações de textos e artigos.

A Cristina Lima e Mariana Camillo por terem aberto as portas da sua casa para juntos realizarmos a formatação e revisão ortográfica, a Dayane Sobreira, que muito contribuiu nas revisões.

A Beatriz Azeredo, pela entrevista e pelos bate-papos nos encontros, que ajudaram a enriquecer a pesquisa.

Ao meu orientador, Thiago Falcão, pelo acolhimento, generosidade, incentivo e direcionamento imprescindíveis.

E especialmente à Capes - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pelo estímulo para a realização deste trabalho, meu muito obrigado.

“A vida é isso: esse embate entre querereres diferentes que se harmonizam e se confrontam, cada um deles encontrou o que foi buscar com a força do seu querer.”

(Glória Perez, *A Força do Querer*)

RESUMO

As reconfigurações que vêm atualizando as mídias ao longo dos anos provocam adaptações em diversos segmentos midiáticos, a exemplo da teledramaturgia, que tem na telenovela o seu maior e mais consumido produto de ficção seriada no Brasil. Este trabalho tem como objetivo geral entender como foram desenvolvidas as ações socioeducativas relacionadas à transição de gênero da personagem Ivana/Ivan geradas tanto em programas de entretenimento e jornalismo da emissora quanto nos perfis oficiais da Rede Globo nas redes sociais digitais, a partir do universo da ficção de *A Força do Querer* (2017), da autora Glória Perez. A pesquisa considera a lógica da cultura da participação, que molda as formas de emissão e recepção na era da convergência. Para tanto, se propôs realizar uma pesquisa qualitativa, exploratória, com revisão bibliográfica, destacando-se autores como Henry Jenkins (2006; 2008), Yvana Fechine (2011; 2013; 2014), Maria Immacolata V. Lopes (2009; 2011; 2015; 2019) e pesquisadores da Rede Obitel Brasil, braço brasileiro de pesquisadores do Obitel (Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva), entre outros. Nesta perspectiva, foram mapeados os programas televisivos e os perfis oficiais da emissora e da autora de *A Força do Querer* para compreender as estratégias utilizadas. Ao tratar de ações socioeducativas na teledramaturgia de *A Força do Querer*, tanto em espaços tradicionais como também nos ambientes on-line, constatamos que a convergência midiática propiciou uma cultura colaborativa que se entrelaça com as estratégias de *marketing* propostas pela emissora.

Palavras-chave: Telenovelas. Ações socioeducativas. Convergência. Cultura da participação. Transgênero.

ABSTRACT

The reconfigurations that have been updating the media over the years have caused adaptations in several media segments, such as television dramaturgy, which has in the soap opera its largest and most consumed product of serial fiction in Brazil. The general objective of this work is to understand how the socio-educational actions related to the gender transition of the character Ivana/Ivan that have taken place both in entertainment shows and news programs and in the official profiles of Rede Globo in digital social networks, from the fictional universe of *A Força do Querer* (*The will power*) (2017), by Glória Perez. The research considers the logic of the culture of participation that shapes forms of emission and reception in the era of convergence. For that, it proposes a qualitative, exploratory review, with bibliographic review, highlighting authors such as Henry Jenkins (2006; 2008), Yvana Fechine (2011; 2013; 2014), Maria Immacolata V. Lopes (2009; 2011; 2015; 2019) and researchers from Rede Obitel Brasil, the Brazilian branch of Obitel researchers (Ibero-American Observatory of Television Fiction), among others. When dealing with socio-educational actions in the television dramaturgy of *A Força do Querer*, both in traditional spaces as well as in on-line environments, we find that the media convergence has fostered a collaborative culture that is intertwined with the marketing strategies proposed by the broadcaster.

Keywords: Soap opera. Socio-educational actions. Convergence. Culture of participation. Transgender.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Risomar diz que tem AIDS	56
Figura 2 – Júnior e Zeca	60
Figura 3 – A personagem Ivana e sua transição	62
Figura 4 – Carol Duarte fala sobre sua personagem	87
Figura 5 – Paula Beatriz, primeira diretora trans da rede estadual de ensino da cidade de São Paulo	87
Figura 6 – Lam Mattos fala da construção de sua identidade de homem trans	87
Figura 7 – <i>Globo Repórter</i> faz especial destacando os temas tratados em <i>A Força do Querer</i> , como a transformação de Ivana em Ivan	93
Figura 8 – <i>Globo Repórter</i> faz especial destacando os temas tratados em <i>A Força do Querer</i> , como a transformação de Ivana em Ivan	93
Figura 9 – <i>Globo Repórter</i> faz especial destacando os temas tratados em <i>A Força do Querer</i> , como a transformação de Ivana em Ivan	93
Figura 10 – <i>Fantástico</i> repercute temática sobre identidade trans em série de reportagens	94
Figura 11 – Novela, programas e curtas apoiados pela Globo que abordaram questões de gênero e sexualidade	96
Figura 12 – Joyce reconhece Ivan como filho	98
Figura 13 – Ivana revela para a família que é um homem trans	104
Figura 14 – Libertação de Ivana	107
Figura 15 – Globo divulga a primeira imagem de Ivana pós-transformação, de cabelos curtos	108
Figura 16 – Repercussão no Twitter	110
Figura 17 – Repercussão no Twitter	110

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Os 4 Ps do <i>Marketing</i>	48
Tabela 2 - Gênero e sexualidade na teledramaturgia brasileira	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Corpus</i> de análise	76
Quadro 2 – A Rede Globo e a exibição dos temas de gênero e sexualidade	101
Quadro 3 – Interações no <i>Twitter</i>	103
Quadro 4 – Transformação da personagem Ivana/Ivan	111
Quadro 5 – Reações dos internautas à cena do reencontro de Ivan e Cláudio	117

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 NOVELAS E CONVERGÊNCIA.....	17
1.1 Cultura de convergência	17
1.2 A ficção inserida na convergência transmidiática	21
1.3 Cultura participativa de fãs de ficção seriada.....	30
1.4 Modos de produção, distribuição e consumo de conteúdo na era da convergência	36
2 AÇÕES SOCIOEDUCATIVAS: A PARTIR DAS TELENÓVELAS	44
2.1 Conceitos iniciais e histórico	44
2.2 <i>Merchandising</i> nas telenovelas: práticas comerciais e sociais.....	47
2.3 Ações socioeducativas nas telenovelas da Rede Globo	50
2.4 Temáticas que envolvem gênero e sexualidade: ênfase nas narrativas de Glória Perez.....	54
2.4.1 <i>Carmem</i> : o caso da aids em seu início.....	55
2.4.2 <i>América</i> e o beijo proibido.....	58
2.4.3 <i>A Força do – Transgênero – Querer</i>	61
2.4.4 Noções conceituais de identidade sexual e transexualidade.....	65
3 ANÁLISE DAS AÇÕES SOCIOEDUCATIVAS QUE ENVOLVEM A TEMÁTICA TRANSGÊNERO NA ESFERA FICCIONAL DE A FORÇA DO QUERER.....	75
3.1 Percurso metodológico	75
3.2 Ação socioeducativa com abordagem LGBTQIA+ (personagem transgênero).....	77
3.3 Expansões e estratégias das ações socioeducativas: metodologia 360 graus	82
3.4 O <i>case</i> de <i>A Força do Querer</i> nas pautas nas redes sociais digitais	102
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	119
REFERÊNCIAS.....	123
ANEXO.....	134

INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico, percebemos grandes transformações nos meios de comunicação, especialmente na televisão, um veículo de massa nascido como mero emissor, e que tem adquirido características interativas nos últimos anos. A TV vem moldando formas de comportamento dos indivíduos devido à intensa renovação da mídias que derruba distâncias, onde fronteiras físicas quase inexistem no universo do ciberespaço, do mesmo modo que as fronteiras entre o ficcional e o não-ficcional.

Há mais de 50 anos, com o advento da televisão, trazida para o Brasil pelo comunicador paraibano Assis Chateaubriand, as telenovelas passaram a ocupar lugar de destaque no entretenimento e no imaginário da população brasileira. Desde o início, essas narrativas televisivas, iniciadas pela TV Tupi, envolveram o público de tal maneira que logo foram expandidas para outras emissoras, tendo se potencializado na Rede Globo, que até hoje detém o monopólio no segmento.

Jenkins (2008) ressalta que a cultura participativa é um dos principais aspectos da convergência, pois a circulação de conteúdos entre vários sistemas de mídia depende da participação ativa dos consumidores, uma vez que ela “não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser” (JENKINS, 2008, p. 28). A convergência ocorre dentro das mentes humanas de consumidores individuais e em suas interações com os outros. Podemos entendê-la como uma tendência a que os meios de comunicação estão aderindo para poderem se adaptar às necessidades da sociedade contemporânea.

Pucci Junior *et al.* (2015) afirmam que, apesar da exclusão em relação ao acesso aos aparatos tecnológicos ser maior nos países de economia periférica, há um crescimento vertiginoso e em diferentes níveis (conforme a classe social) do uso da tecnologia de nações em desenvolvimento como o Brasil. Desta forma, o crescimento da acessibilidade aos dispositivos móveis como *iPods*, *iPads*, *tablets* e *smartphones* tem provocado um forte impacto na estrutura das narrativas televisuais. Nesta perspectiva, o objetivo da nossa pesquisa se propõe a entender como foram desenvolvidas as ações socioeducativas relacionadas à transição de gênero da personagem Ivana/Ivan, de *A Força do Querer*, geradas tanto em programas de entretenimento e jornalismo da emissora quanto nos perfis oficiais da Rede Globo, em plataformas de redes sociais digitais, a partir do universo da ficção.

A novela, de autoria de Glória Perez, enfatiza o viés social, apresentando a temática da diversidade em um dos arcos narrativos da trama para que a sociedade discuta a equidade de gênero. A autora explica sua motivação pessoal para a abordagem do tema: “a dificuldade que

as pessoas têm de aceitar o diferente me incomoda. Como estou falando de tolerância, trato da questão dos transexuais, que é um dos aspectos nos dias de hoje de que não se tem a compreensão. As pessoas ainda confundem o que é um trans”¹.

No contexto da novela, Ivana (Carol Duarte) é filha do casal Eugênio (Dan Stulbach) e Joyce (Maria Fernanda Cândido). Desde criança, criada para ser uma extensão da própria mãe, que valoriza os aspectos da beleza feminina, Ivana segue na contramão dos anseios maternos e desde cedo apresenta comportamento e tendências contrárias aos desejos de Joyce. No desenrolar da trama, são apresentadas suas inquietações em não se conformar com o fato de ter um corpo no qual não se sente à vontade. Depois de muito buscar se entender, chega à conclusão de que não se sente pertencente ao seu próprio corpo biológico e, em meio a muitas dúvidas, faz uma reviravolta na própria história, ao se reconhecer enquanto um homem.

Ao ser questionada sobre a reação dos telespectadores diante de um tema tido como tabu, Glória Perez analisou, na época da exibição da novela, como positiva a resposta da audiência, alegando que o público havia compreendido a mensagem. Revelou ainda que, até pessoas que se assumiam como conservadoras criaram uma relação de empatia e se envolveram emocionalmente com a personagem, durante o desenrolar da narrativa (SACCHITIELLO, 2017). Dessa forma, para evitar rejeições, a autora estabeleceu cenas de sofrimento para conquistar empatia e, então, somente com mais da metade dos capítulos exibidos – no total, foram 172 – a personagem revelou para a família sua condição trans e a decisão de realizar o processo de transição.

Entregar ao público uma narrativa que gere empatia e reflexão sobre temas considerados tabus é uma das estratégias de mobilização social da Rede Globo. Assim, a partir da temática exibida nas telas, a emissora leva o debate para o cotidiano das pessoas, neste caso, com o intuito de promover a aceitação e o respeito à diversidade de gênero e sexualidade.

Entretanto, é preciso ressaltar que nossa proposta de trabalho não é adentrar nas teorias de gênero e, sim, analisar as ações socioeducativas que trabalharam esta temática na telenovela.

Para o desenvolvimento desta dissertação, traçamos como objetivo geral entender as ações socioeducativas da Rede Globo relacionadas à transição de gênero da personagem Ivana/Ivan geradas na telenovela *A Força do Querer*, de Glória Perez. Como objetivos específicos, definimos: [1] investigar as ações desenvolvidas pela emissora para estimular a participação e envolvimento do público; [2] analisar inserções do debate acerca da personagem

¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/personagem-travesti-atriz-transexual-ganham-espaco-em-forca-do-querer-21375052>. Acesso em: 4 nov. 2019.

transgênero nos programas de jornalismo e entretenimento da Rede Globo; e [3] levantar as estratégias desenvolvidas sobre o tema em postagens publicadas em redes sociais oficiais da emissora e da autora.

Trouxemos, para nos dar um direcionamento, a seguinte questão: como as estratégias socioeducativas envolvem a participação do público tanto nas plataformas de redes sociais quanto no consumo de outros programas televisivos de jornalismo e entretenimento da emissora no diálogo acerca da temática transgênero na narrativa da telenovela *A Força do Querer*, a partir da transição da personagem Ivana para Ivan? Nos perguntamos ainda como este produto televisivo contribui para a compreensão sobre as mudanças por que vem passando a televisão, tendo que se adaptar à era da internet, com sua interatividade, para não perder a audiência.

As telenovelas brasileiras, sobretudo as da Rede Globo, estão entre os principais produtos da cultura popular nacional, sendo exportadas para dezenas de países, conforme (PALLOTINE, 1998). E, quando as tramas trazem à cena questões polêmicas, há um envolvimento bem maior dos telespectadores (PEREZ, 2008). Tais constatações nos levam a inferir o quão importante foi abordar e trazer a temática transgênero dentro de uma perspectiva social que, para Fechine *et al.* (2019), está em consonância com a ideia de extração de Jenkins (2008), ao retirar elementos ficcionais da narrativa e devolver à sociedade em forma não de um *merchandising* comum e, sim, enquanto valores morais e éticos, através de ações socioeducativas.

Fechine *et al.* (2019, p. 136), ao abordarem este tipo de *merchandising*, afirmam que “as ações socioeducativas estão relacionadas, afinal, ao que diversos autores chamam de *merchandising* social, definindo-o como a incorporação intencional de temáticas sociais específicas, por meio de personagens ou enredos, com fins pedagógicos”.

A curiosidade provocada no público sobre o desenrolar dos fatos, no arco narrativo da personagem Ivana, e como se comporta uma pessoa que se descobre transgênero, alavancou a audiência da telenovela para além do esperado. Segundo pesquisa, o último episódio da trama bateu os 50 pontos de audiência, só comparado ao sucesso de *Avenida Brasil* (2012), em São Paulo, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - Ibope².

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, utilizamos a princípio a abordagem exploratória e qualitativa na busca de interpretar as novas configurações que vêm surgindo com a cibercultura e as tecnologias digitais, sempre em processos mutáveis. Buscamos ainda atribuir

² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/final-de-a-forca-do-querer-bate-os-50-pontos-de-audiencia/>. Acesso em: 3 nov. 2019.

significados às inquietações da pesquisa, visando proporcionar maior entendimento sobre o objeto proposto, a fim de subsidiar nossas análises. Neste sentido, realizamos estudo de caso das ações socioeducativas da telenovela com base na decupagem e transcrição de cenas e diálogos de todos os capítulos hospedados no *Globo Play*, plataforma paga que contém a produção de conteúdo atual, inédito e antigo dos produtos. Procuramos também entender a estratégia de retroalimentação sobre a temática da telenovela, nos programas da emissora resgatados através de pesquisa no *GShow*, portal de entretenimento, e nos ambientes de redes digitais oficiais do grupo Globo.

Aplicamos paralelamente observação da repercussão das postagens sobre a novela nas redes sociais, entrevista e revisão bibliográfica, trazendo à tona autores voltados à reflexão sobre a cultura participativa do público, as ações socioeducativas na ficção seriada televisiva e mecanismos de participação que permeiam as nuances da convergência midiática. Para Wolton (1996 apud FARIA *et al.*, 2015, p. 432):

o grande desafio da televisão continua sendo a experiência coletiva. Segundo o autor, a segmentação dos canais, as novas formas de distribuição de conteúdo e a fragmentação da audiência fazem com que o laço social, ou seja, essa sensação de pertencimento, de “estar juntos” se torne cada vez mais distante. Porém, ao compartilharem suas impressões sobre a grade de programação nas redes sociais de maneira síncrona à exibição das atrações, os telespectadores interagentes resgatam o viés social do meio.

Os conceitos foram baseados em pesquisadores da área da comunicação. Formulamos nesta dissertação um trabalho sobre o que se entendeu a partir destes estudiosos da área de teledramaturgia de ficção seriada televisiva e de relatos e entrevista à direção da equipe responsável pelo área de responsabilidade social da Rede Globo. Trouxemos reflexões em torno do assunto em que nos propusemos adentrar. Desejamos que essa pesquisa possa contribuir tanto para a academia como para o público, no que se refere às novas práticas comunicativas que envolvem a televisão e seus desdobramentos em outros meios de interação e participação colaborativa, comportamento típico da era da cultura da convergência.

Desse modo, no primeiro capítulo, discutimos a telenovela no contexto da convergência, trabalhando os aspectos que fazem parte dessa nova lógica de produção, circulação e consumo sedimentada pela cultura da participação e o desenvolvimento de estratégias transmídia. Desse modo, preocupamo-nos em descrever a nova relação que os indivíduos estabelecem com produtos televisivos neste processo interacional que hoje vigora e envolve uma multiplicidade de telas.

O segundo capítulo aborda as ações socioeducativas na teledramaturgia, mais notadamente da Rede Globo, que evocaram a temática de gênero e sexualidade. Discutimos também os aspectos mercadológicos e sociais que envolvem a implantação da Diretoria de Responsabilidade Social na emissora, que sugere e provoca o público interagente a participar mais ativamente de pautas e temáticas sensíveis à sociedade.

O terceiro e último capítulo foi dedicado ao objeto de estudo de caso desta dissertação, que compreende a análise das ações socioeducativas desenvolvidas a partir da personagem transgênero Ivana/Ivan (interpretada por Carol Duarte) propostas pela novela *A Força do Querer* (2017). Buscamos identificar como a temática foi explorada em outros programas, conforme a metodologia 360 graus, utilizada internamente pela emissora, bem como nos modos de estimular o debate com o público nos perfis oficiais de plataformas de redes sociais da Rede Globo, considerando o conteúdo gerado pelo pólo de produção. Isto implica que os esforços se concentraram em observar como a emissora utiliza os seus pontos de contato com o público enquanto estratégia de diálogo acerca da temática social de seus produtos televisivos “linkados” com a internet.

Este trabalho está inserido na linha de pesquisa de Comunicação e Culturas Midiáticas Audiovisuais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. O interesse por este tema se deu a partir de desejo profissional por trabalhar com produção audiovisual com ênfase em questões sobre os direitos humanos, que é também um dos pilares das produções de telenovelas da Rede Globo.

1 NOVELAS E CONVERGÊNCIA

1.1 Cultura de convergência

A televisão no Brasil é considerada como o maior veículo de massa desde o seu surgimento, na década de 1950, e, com o passar dos anos, se tornou o maior produtor de bens de consumo da cultura de massa. Desbancando seus predecessores, o jornal impresso e o rádio, foi ganhando alcance nacional e poder influenciador sobre várias classes sociais. Desde sua origem, a televisão sempre criou laços afetivos com o público e, através das suas transmissões, as ideias de pertencimento, empoderamento e criação de identidade foram construídas ao longo do tempo.

O surgimento da internet acarretou enorme transformação na sociedade. O público de TV começou a transitar e consumir produtos deste novo meio tecnológico capaz de aglutinar todas ou quase todas as mídias em um único espaço, definido como ciberespaço. Mas se engana quem pensa no fim da televisão em detrimento da emergência da internet. Do mesmo modo, quando do surgimento dessa, muitos pensaram que as mídias anteriores seriam extintas ou aniquiladas, o que não se verifica na história. Conforme salienta Santaella (2003), quando um novo meio surge, os outros vão se reconfigurando e se adaptando às novas tendências do consumo e do mercado.

A internet se aproxima em alguma medida dos postulados da aldeia global de McLuhan (1964) sobre a aproximação das pessoas ao redor do mundo via aparatos tecnomidiáticos. Essa mídia se diferenciou e se tornou mais forte do que as suas antecessoras tradicionais de massa porque tem o caráter de ser emissora e receptora de mensagens. A interatividade acontece a todo instante. Conforme postula Shirky (2011), vivemos a era da cultura da participação e, se antes éramos reconhecidos apenas como agentes receptivos, hoje participamos ativamente da vida em comunidade por meio dos mesmos canais que emergem das conexões digitais.

A rede mundial de computadores proporcionou mudanças na vida das pessoas por ser um lugar de conhecimento e informação que modificou as formas de trabalho e reconfigurou as relações interpessoais. A comunicação mediada por computador com o uso da internet conseguiu unificar o que outros aparelhos faziam individualmente como assistir televisão, ouvir rádio e falar ao telefone. Além disso, podemos interagir com quem quisermos a qualquer hora, seja de modo síncrono ou assíncrono.

A instantaneidade é uma das características da cibercultura que, segundo Lévy (1999, p. 17), implica “no conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de

modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento da interconexão mundial de computadores”. Esta, por sua vez, tem se efetivado graças à convergência das mídias massivas com as mídias digitais, o que tem reconfigurado os espaços ao diminuir as distâncias e aproximar as pessoas num ambiente onde fronteiras geográficas inexistem.

Os hábitos sociais das comunidades tradicionais mudaram com a chegada da internet. Como explica Recuero (2000), por não haver proximidade física nem geográfica, as comunidades ditas virtuais se baseiam por interesses comuns entre os seus membros, o que os possibilita colocar em prática o processo criativo. A internet torna-se assim um lugar onde é possível criar e recriar a qualquer hora com maior grau de liberdade.

Neste contexto de novas práticas e dispositivos, a saída para assegurar a audiência de dispositivos de mídia – a exemplo da televisão na contemporaneidade – se dá mediante a miniaturização e mobilidade dos aparatos tecnológicos de comunicação. Ao sugerir um sistema cibernético integrado no qual conteúdos de ficção podem ser veiculados em diferentes plataformas, Jenkins apresenta o conceito de cultura da convergência em livro publicado em 2008. Em sua obra, o autor explica o termo:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

Segundo o autor, podemos pensar na convergência a partir de aspectos culturais e tecnológicos, ainda mais quando incentivados pelos interesses do capitalismo. O fenômeno tem crescido exponencialmente pelo fato de provocar profundas transformações nos modos de produção e recepção, trazer novas formas de atuação nas mídias e modelos de negócios experimentados no ambiente digital.

Conforme explica Resende (2015), tanto o campo da comunicação como o das artes fazem parte do universo da convergência tecnológica, mas é no digital que se encontra o fator preponderante para que o fenômeno aconteça de fato. Nas mídias analógicas, a transmissão de sons e imagens ocorre de modo separado e específico e, ao serem enviadas ao destino final, as transmissões são processadas por meio de códigos para garantir que não haja ruídos nem interferência nas mensagens. No formato digital, a velocidade e a instantaneidade no processo de transmissão de imagens, sons e vídeos é o mesmo, sem necessitar de aparatos codificadores,

além de possibilitar compartilhamentos ilimitados. Tudo isto associado ao fluxo contínuo e cada vez mais acelerado de informação na internet.

É importante destacar que, para Jenkins (2008), a convergência é o lugar onde “as velhas e as novas mídias colidem”, porque neste ponto há uma relação que ocorre entre a produção televisiva e aquilo que os indivíduos produzem na rede a partir do que consomem na mídia tradicional. O autor enfatiza que esta “colisão” reordena os modos de produção das duas estruturas de mídia: TV e internet.

Segundo Fechine *et al.* (2013, p. 20):

Se considerarmos, como Williams (1974), que o fluxo é a característica definitiva da transmissão televisual, temos a dimensão do que significa essa possibilidade de ruptura com a grade. A TV, esse meio de entretenimento que, historicamente, definiu-se como uma experiência doméstica, apoiada em um sistema de comunicação unidirecional, parece enfrentar, diante de tantas mudanças, uma “crise de identidade” provocada por novas práticas interacionais que desafiam a lógica de programação linear e em fluxo e tensionam seus modelos de negócio. Essas transformações nos modos como o espectador se relaciona com a TV precisam ser pensadas, agora, a partir de pelo menos dois grandes vetores. Um deles é a possibilidade de incorporação da interatividade ao aparelho de TV do usuário, dispensando o uso do telefone ou do computador ligado à internet para interagir com os programas ou com a programação, permitindo que o espectador indique preferências, acesse serviços, informações adicionais e/ou relacionadas. Outro deles é oferta de conteúdos televisivos por demanda, não apenas no próprio aparelho, mas em outros meios (internet e dispositivos móveis, como celulares e tablets).

Para Resende (2015), a relevância da cultura da convergência não pode ser mensurada apenas em termos tecnológicos, pois ela promove uma mudança em vários sentidos no campo social, não se restringindo apenas à unificação de vários aparatos tecnomediados. Importa mais quando os agentes receptivos podem atuar, contribuindo com a dinâmica de circulação e compartilhamento, alterando e expandindo o fluxo comunicacional nos meios tradicionais de massa e nas redes telemáticas.

Ao promover expansão, interação e circulação de produtos via internet na era em que vivemos, ela faz parte de todas as classes sociais, mesmo que em diferentes graus de acesso, acarretando mudanças no âmbito dos negócios, acadêmicos, sociais etc. A convergência é um processo mais cultural e transmidiático do que tecnológico porque tudo o que é gerado nesse ambiente digital transcende os meios, gerando circulação através do fluxo comunicacional. Esta definição nos remete a Jenkins (2008, p. 28), na medida que este afirma que “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações com os outros”.

Podemos entender a convergência midiática como uma tendência a que os meios de comunicação aderiram para serem capazes de se adaptarem às necessidades da sociedade

contemporânea. Talvez por percorrer caminhos descontínuos e dispersos na rede, haja indefinições acerca de um tema que se caracteriza por múltiplos diálogos em diferentes dispositivos, mas que de algum modo se relacionam.

Ao circularem nas redes, os objetos comunicacionais incentivam a atuação participativa do público interagente. Se considerarmos a interação como elemento essencial para que a convergência aconteça, estaremos considerando essa ligação como um fato transformador da cultura. Jenkins (2008) reafirma tal ideia ao negar que a revolução seria apenas no âmbito da tecnologia, justificando que, ao buscar informações nos dispositivos midiáticos, o público começa a estabelecer ligações e conexões que ampliam sua visão de mundo, ocasionando em uma transformação tecnocultural.

O autor reforça a ideia de que, por mais revolucionários e sofisticados que sejam os aparelhos eletrônicos, a convergência surge a partir do humano com suas relações e experiências vivenciadas no cotidiano. Ao terem acesso aos suportes que possibilitam uma revolução cultural devido ao espalhamento de conteúdos por distintas mídias, de tempos em tempos, surgem novidades no campo do entretenimento e a ubiquidade dos dispositivos nos permite levar a qualquer lugar do planeta o conteúdo que estejamos produzindo nos mais variados meios conectados em rede.

Neste trabalho, focamos nas telenovelas como produto midiático. Considerada o maior produto de ficção consumida no Brasil, a telenovela começou a se integrar ao universo da convergência, mediante o reconhecimento dos hábitos e modos de produção e consumo das telenovelas pelos indivíduos a partir do digital. Estas tendências são capazes de moldar o comportamento dos fãs de telenovelas que, ao serem exibidas em diversos países, mostram a diversidade cultural de diferentes povos e nações.

As mudanças provocadas pela convergência não são tão simples para aqueles que cresceram em um ambiente de tecnologias analógicas, no qual cada aparato era desenvolvido individualmente e agora é preciso lidar com uma miríade de multitarefas como ocorre com os usos realizados no ambiente digital. Prensky (2001) nominou este público de imigrantes digitais. O autor explica que esses, ao terem tido contato com o universo digital, ficaram entusiasmados com as ferramentas multitarefas e se renderam à praticidade que as tecnologias proporcionam, diferente do que ocorre com os nativos digitais, geração que já nasceu imersa no ambiente da convergência e que não sabe como seria viver sem essa multiplicidade de possibilidades interativas.

De acordo com Resende (2015), as relações intercambiadas são facilitadas pelo uso cotidiano nas redes. Os nativos ou imigrantes digitais (PRENSKY, 2001), ao estarem em

contato diário com os dispositivos, começam a dominar o uso das ferramentas e passam a ter contato com outros interagentes que produzem e/ou consomem narrativas no digital como também resgatam os formatos tradicionais, dando-lhes uma nova roupagem ao recuperar uma melhor condição de áudio, imagens, cores, que resultam na expansão, venda e compartilhamento das narrativas com os amantes desses produtos e serviços que estão imersos no contexto da cibercultura.

Segundo pesquisa realizada pela Provokers, empresa de consultoria e pesquisa em *marketing*, em parceria com o *Google*, o consumo de vídeos na internet cresceu no Brasil em 135%, em 2018, quando comparado com dados da última pesquisa realizada em 2014, demonstrando que o mercado está crescendo inclusive para pequenas produtoras que produzem vídeos e linguagens narrativas afins³.

1.2 A ficção inserida na convergência transmidiática

De acordo com Fachine *et al.* (2013), estamos cada vez mais diante de um público heterogêneo, fragmentado e autônomo capaz de consumir produtos midiáticos em ocasiões diversas e não somente quando está assistindo à programação em casa. A TV, desde que passou a inserir e a estar conectada na cultura digital, ao ampliar seu fluxo para além do lar doméstico – para onde foi concebida originalmente com formato unidirecional de um para todos – parece estar passando por um processo de crise de identidade. Esta se dá devido às interações que ocorrem nas plataformas de redes sociais digitais, e onde também se dão novos modos de consumo e mercado. Hoje os programas audiovisuais podem ser vistos em plataformas on-line pagas (*Globoplay*, *Netflix*) ou gratuitas (*YouTube*, *Vimeo*) antes mesmo de serem exibidas em canais abertos acessíveis à população, sobretudo aos mais pobres que não têm acesso aos canais pagos.

Devido ao compartilhamento de sites gratuitos como o *Youtube*⁴, que disponibiliza na internet material televisivo nem sempre com a autorização dos detentores do produto, foram criadas estratégias para disseminar conteúdos próprios das emissoras na rede. Neste cenário, normalmente o acesso é restrito para assinantes; anúncios publicitários destacam-se neste segmento; os portais ^{transpõem} os vídeos exibidos na televisão para o ciberespaço. Tal feito ocorre

³ Disponível em: <https://observatoriodatv.bol.uol.com.br/noticias/2017/08/estudo-mostra-que-jovens-assistem-mais-conteudo-na-internet-do-que-na-tv>. Acesso em: 15 set. 2019.

⁴ Plataforma para publicação e compartilhamento de vídeos na internet criada em 2005 e adquirida pelo Google em 2006, no valor de 1,65 bilhão de dólares. Por mês, são assistidas mais de 4 bilhões de horas de vídeo, e cerca de 74 horas de vídeo são publicadas por minuto no portal (MASSAROLO *et al.*, 2015).

graças a um contrato entre as empresas de *broadcasters* (distribuidoras de conteúdo em áudio e vídeo) e os meios digitais com a intenção de estender as conversações do modo analógico sobre a programação televisiva nos dispositivos como *smartphones*, que facilitam os diálogos nas plataformas de redes sociais. Segundo Fechine *et al.* (2013), esta prática foi definida como TV Transmídia.

Desafiada pela convergência dos meios, a televisão também aderiu à lógica da transmidiação, buscando o engajamento do consumidor. O termo *transmídia* foi proposto por Henry Jenkins (2008) como um modo de produção voltado para distribuição, em diversas mídias e plataformas tecnológicas, de conteúdos associados entre si e cuja articulação está diretamente ligada a estratégias e práticas interativas proporcionada pela cultura participativa propiciada pelo ambiente da convergência.

Para Jenkins (2008), os consumidores são agentes criativos fundamentais na constituição do universo ficcional transmídia, pois são eles que, ao atenderem ao convite para estabelecerem essas conexões, definem não apenas os usos das mídias, mas também aquilo que efetivamente circula entre elas a partir de suas distintas plataformas. A ideia sobre o que é transmídia dispõe de mais de um significado. Por exemplo, a narrativa transmidiática, ou *transmedia storytelling*, segundo Figueiredo (2017), está ligada aos produtos de ficção e pode ocasionar no engajamento do fã-espectador e elevá-lo a ser um agente de participação e/ou co-autoria da obra.

Nos últimos anos, as telenovelas também aderiram à convergência midiática. As narrativas teledramatúrgicas buscam espelhar os fatos cotidianos para envolver os telespectadores no andamento da trama. Ao adentrar diariamente na casa das pessoas, as novelas criam laços fortes de intimidade com o público.

Ao convergir para a ambiência da internet, esse produto se molda aos formatos característicos da rede, propiciando novos modos de consumo: agora os programas não são assistidos somente nos aparelhos de televisão, mas numa infinidade de dispositivos móveis que podemos levar a qualquer lugar graças à miniaturização tecnológica. Além de assistir ou falar ao telefone, mais uma vez retomando a ideia do canivete suíço de Jenkins (2008), é possível gravar áudios, digitar textos, fazer *prints*, copiar e colar, fotografar etc., tudo em um mesmo dispositivo, neste caso, com o processo de produção à disposição das narrativas das telenovelas.

Apesar das novelas terem obtido por muito tempo a maior audiência da televisão, recentemente esses números estão em constante queda. De acordo com Izel e Oliveira (2016), em reportagem do *Correio Braziliense*, com base nos estudos divulgados pela Agência Nacional do Cinema – Ancine, os serviços de *streaming* oferecidos na internet estão ganhando

espaço. Só no ano de 2015, a Netflix⁵ atingiu a marca de R\$ 1,1 bilhão, o que supera, por exemplo, o arrecadamento do SBT. Além disso, a participação das TVs abertas caiu de 63,7% para 41,5%, no segmento do audiovisual. Isto implica na diminuição de mais de 30% dos lucros.

Se no passado, ao se assistir a telenovela do *prime-time* (horário nobre), reunia-se a família no sofá da sala e depois se debatia sobre os temas, hoje a programação fica acessível em site disponível via assinatura paga, onde é possível acessar produtos a qualquer hora do dia. Por sua vez, as conversações restritas ao ambiente do lar, com a convergência, podem ganhar o mundo das redes onde se torna viável nos confrontar diretamente com outros usuários de sites que permitem comentários.

Enquanto antes debatíamos temas de interesse apenas no nosso raio de alcance, hoje com a acessibilidade viabilizada pela internet, este campo aumenta consideravelmente. Segundo Guimarães (2013), a partir da cibercultura o público está mais ativo e tem o poder de decisão sobre o que quer ver, ler e ouvir na hora que bem entender. Esta fragmentação do público para outros meios não significa que este seja um sinal do fim da televisão e, sim, uma inovação no campo da comunicação, ao promover uma experiência de provar o que o ambiente de convergência das mídias tem a oferecer.

Os consumidores ou espectadores de hoje estão em busca de experiências inovadoras e não esperam apenas o que os canais têm a oferecer; querem poder desfrutar do cardápio da programação e terem a autonomia de escolher e interagir com o que quiserem. Quase não tratamos sobre o consumidor passivo, aquele que apenas recebe mensagens sem devolver nenhum tipo de *feedback*, porque a necessidade de participação faz parte do perfil do público que está ligado às mídias convergentes.

Com a cultura digital, as tecnologias de áudio e vídeo se tornaram práticas para os usuários quando a internet se consolidou como meio capaz de distribuir produtos audiovisuais, incluindo os televisuais para além da televisão, onde a audiência se tornou fragmentada juntamente com outros meios, como sites ou na compra de DVDs, com público disperso devido à grande quantidade de informação. Segundo Fachine *et al.* (2011), na busca de prender a atenção desse público, as emissoras estão investindo cada vez mais na convergência dos meios

⁵ Netflix é um serviço que disponibiliza um acervo de milhares de materiais como filmes (de vários gêneros e estilos) e seriados. Ele pode ser utilizado em *smart TVs*, *smartphones*, computadores, *tablets*, *videogames*, entre outros aparelhos que permitam o acesso à internet. Para usufruir dos serviços da Netflix, o consumidor deve criar uma conta e escolher qual será seu plano de assinatura, com tarifas consideradas relativamente baixas, quando analisadas com base em todas as variedades oferecidas. Ainda, outra vantagem desse serviço é a possibilidade de pausar e voltar a assistir seus filmes e séries da maneira que quiser, sem nenhum comercial durante a programação (SCHIONTEK, COHENE; BUIATTI, 2017).

ao promoverem o entrelaçamento de mídias distintas para disseminar nelas os conteúdos televisivos, criando dessa forma as estratégias transmídia.

Essa experiência tem se tornado uma frequente desde que as audiências de televisão têm perdido espaço para o ambiente digital. No caso da Rede Globo, em 2008, foi criado um núcleo de produção de conteúdo transmídia que tem integrado plataformas e mídias em seu processo criativo. Para os gerentes de conteúdo da Globo Alex Medeiros e Gustavo Gontijo, em entrevista cedida ao Obitel – Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (2013), os conceitos acerca do tema ainda não preenchem todas as lacunas, sempre fica uma indagação sobre o que é ou não é uma experiência transmidiática.

O perfil do profissional que atua nesse núcleo de produção transmídia surgiu de grupos internos de pesquisa da emissora, que foram incorporados às equipes das telenovelas provavelmente em razão da perda de audiência televisiva. Para os gerentes de conteúdo da emissora, a ideia é que qualquer ação transmídia deve refletir e expandir a experiência do produto da TV aberta, mas sem nunca ferir ou ir contra a obra original. Na entrevista citada, Medeiros e Gontijo afirmam que esse trabalho reforça a grade ao trazer a lembrança do usuário da rede que o compromisso com a programação na televisão vai assegurar a complementaridade em outras plataformas.

Em relação às práticas transmidiáticas, a indústria cultural brasileira tem se baseado no modelo de entretenimento dos Estados Unidos (FECHINE *et al.*, 2011). Foi lá que começaram a serem inseridos elementos da convergência em séries mundialmente conhecidas como ocorreu em *Lost* (2004-2010), *Heroes* (2006-2010), dentre outras. O formato brasileiro de ficção seriada tem maior apelo popular nas telenovelas. Em razão disto, iremos manter nelas o foco do nosso trabalho.

Para citar um dos exemplos mundialmente conhecidos, temos a franquia *Matrix* (1999) que lançou o filme no cinema, HQs na internet, depois curtas de animação (*Animatrix*), *games* para computador, simultaneamente ao lançamento de mais um filme, para arrecadar mais verba publicitária. Jenkins (2008) definiu a narrativa de *Matrix* como transmidiática por ter se desenrolado através de uma variedade de suportes em que cada texto contribuía de forma singular e relevante para o todo da obra.

No Brasil, é crescente o consumo de séries oriundas dos Estados Unidos, em que muitas vezes as estreias ocorrem ao mesmo tempo nos países devido ao alto grau de adesão do público. Apesar de serem fortes concorrentes para as telenovelas, Walcyr Carrasco, em entrevista ao portal *Terra*, minimiza a ameaça que as séries estariam fazendo às telenovelas, ao explicar a proximidade entre os gêneros: “Existe uma via de mão dupla entre os dois gêneros. Certas séries

bebem das novelas, extraindo delas o viés melodramático. As novelas, por sua vez, estão ganhando a agilidade das séries” (CARRASCO, 2019)⁶. Para defender sua tese, Carrasco afirma ainda que, em várias partes do mundo, está se produzindo, consumindo e exportando novelas. O autor ainda cita países como Turquia, Filipinas, Portugal como exemplos de territórios em que as telenovelas têm sido produzidas.

No Brasil, um exemplo de grande repercussão neste segmento foi a *novela Cheias de Charme* (2012) que, de acordo com Bieging (2013), trata-se do maior fenômeno de narrativa transmídia em novelas, ao lançar o videoclipe “Vida de Empreguete” primeiramente na internet e, ao ser exibida posteriormente no capítulo da novela na televisão, já tinha alcançado milhões de visualizações.

Para Bieging (2013), depois do advento da cibercultura, os modos de assistir às telenovelas são diferentes dos antigos modos off-line tradicionalmente conhecidos. Em decorrência dos diversos aparatos tecnomediados, é necessário prestar mais atenção nas tramas. Na configuração atual, além dos horários habituais das produções, temos também os sites e/ou blogs oficiais das telenovelas e dos personagens centrais, páginas oficiais criadas nas plataformas de redes sociais a exemplo do *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, e que são considerados os mais populares e de maior alcance. Existem também inúmeros perfis elaborados pelos fãs, que criam também grupos de discussão acerca das tramas na *web*. Essas atividades propiciadas pela convergência nos permitem maior interação com os produtos expandidos nas redes sociais digitais e poder comentar, discordar, refletir e compartilhar faz do telespectador um agente participante da narrativa, mesmo que de forma indireta. As tendências parecem seguir neste caminho de interação entre produtores, autores, atores e o público, tendo a internet como um caleidoscópio que consegue transmitir todo esse universo ficcional através dos mais variados suportes de imagens.

Em décadas anteriores, as audiências de novelas eram medidas por institutos de pesquisa como o Ibope. Na era da convergência, a busca de prender a atenção do público tem ganhado novos contornos. Além dos tradicionais números do Ibope, as interações com as novelas no ambiente digital ocorrem e podem ser mensuradas através dos blogs, redes sociais digitais, onde as emissoras criam perfis oficiais das narrativas e dos personagens com a função de aproximar o público das tramas e este se envolve ao tecer comentários, curtir e compartilhar

⁶ Entrevista concedida por Walcyrr Carrasco a Jeff Benício, disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/autor-ignora-ameaca-de-series-e-diz-que-novelas-nao-acabarao,19c203b0c5fe98d90b7b03b3884ac01cky09gido.html>. Acesso em: 23 nov. 2019.

posts ou criar *memes* sobre as narrativas. Há ainda aqueles que geram comunidades de fãs que podem até serem absorvidas pela equipe de produção.

De acordo com Baccega e Castro (2017), além dos fãs tradicionais, existem três classes principais que são: 1) os supernovelleiros digitais, que são fãs assíduos de novela que interagiram e propagaram com alta frequência temas relacionados à narrativa; 2) os supernovelleiros tradicionais, que são parte do público que assistiu a todos os capítulos completos da trama; e 3. novelleiros digitais, que, ao justificarem não terem tempo para assistir TV, se utilizam da transmissão via *streaming* para acompanhar as telenovelas pela internet com o recurso de poder repetir e ver o que perdeu ou não ficou entendível. Como se vê, a forma de consumo de produtos do entretenimento comunicacional tem se dado de maneiras diferentes e as possibilidades de interação têm aproximado os autores dos fãs que, incentivados pela liberdade tecnológica, estabelecem uma conexão mais profunda com as narrativas.

Para Becker (2014), devido à mobilidade convergente dos dispositivos tecnológicos, a televisão já não produz um formato linear de programação e expande a todo momento o que é produzido a diversas plataformas, misturando narrativas ficcionais com as notícias do jornalismo, resultando em uma recepção fragmentada onde os usuários podem decidir o que querem em diferentes telas. Cada indivíduo monta sua própria grade televisiva de acordo com sua preferência. Biegging (2013) reitera este pensamento ao afirmar que esses dispositivos, aliados à TV a cabo, satélite, serviços *on demand*, têm alterado a forma como assistimos televisão.

A mobilidade diante da convergência possibilita a presença de um público volátil que preocupa as emissoras, que, por esta razão, vêm lançando propostas interativas na internet como as estratégias transmidiáticas. Essas se tornam exitosas quando o telespectador busca aprofundar a narrativa além da telenovela ao pesquisar sobre algum tema que está sendo exposto na trama, ou sobre a vida de algum personagem ou ator com o qual ele se identificou, investiga sobre o desenrolar dos próximos capítulos em outros meios como jornais, revistas, sites da trama etc., igualmente aos “fãs de carteirinha”, como são comumente conhecidos.

O público amante de ficções seriadas como as novelas, ao adentrar em outros meios, quer encontrar significados independentes da mídia original. Seguindo os postulados de Jenkins (2008), Figueiredo (2016) afirma que, se um só texto não consegue atingir a totalidade da narrativa, outro texto central pode oferecer pontes de acesso à trama através de outros suportes midiáticos que desdobram a obra original como jogos digitais, vídeos extras, trilhas sonoras, microblogs etc. Embora exista um núcleo narrativo comum a todas as mídias que se imbricam, a linguagem televisiva não é a mesma do cinema, que também é diferente dos *games* e assim

sucessivamente, mas todas se relacionam de alguma forma pelo fato de sua construção ter sido realizada a partir de uma mesma essência. A ideia dessa experiência propõe que o interlocutor possa se situar sobre o que se passa na narrativa mesmo que ele não tenha acesso a todos os suportes que estejam transmitindo o produto.

É sabido que a transposição de um meio para outro não é novidade. Há tempos que romances folhetinescos e obras clássicas da literatura são adaptadas para a teledramaturgia. Dessa forma a atenção dispensada aos novos modelos não recai apenas sobre a convergência entre os meios, mas também na sua forma de interação e participação. De acordo com Costa e Kanyat (2016), os autores de novelas denominam os telespectadores de receptores ativos e, em função destes, buscam criar uma narrativa que se aproxime da realidade dos fãs que, incentivados ao engajamento, são capazes de construir conteúdo em outros meios baseados no que absorveram da narrativa original.

Temos exemplos de *blogs* de telenovelas em que os fãs trocavam mensagens com o personagem. Um caso bastante mencionado foi o blog do jovem indiano Indra (André Arteché) da novela *Caminho das Índias* (2009). Nele, o jovem estudante relatava anseios e inseguranças de estar em um país de cultura diferente. As situações vividas na ficção relatadas por Indra tinham repercussão na vida real das pessoas que interagiam com o personagem. O blog tratava da questão de preconceitos com culturas e religiões diferentes das que existem com maior expansão no Brasil. Havia até um espaço de destaque intitulado “Indra responde” para tirar dúvidas e responder a questões dos internautas sobre as curiosidades do mundo árabe.

O grande desafio nesse complexo interacional traz à luz o pensamento do designer de *games*, Neil Young, de “compreensão acumulativa” que, segundo Jenkins (2008), cada mídia traz um novo caminho para a ficção e que, para termos uma compreensão sobre a completude da obra, é necessário revisita-la. Então, os criadores tentam tornar compatíveis os desdobramentos narrativos que se estabelecem nas diferentes plataformas. Tais narrativas, imersas no contexto da cultura digital, têm despertado interesse de diferentes setores da linguagem da comunicação.

Por ser uma aglutinadora de vários segmentos, a transmidiação pode criar e expandir mercado a partir da convergência, que tem a internet como eixo disseminador. Um mesmo produto pode ser explorado e ramificado por empresas e dispositivos móveis. Para dar um bom exemplo, temos o já mencionado seriado norte-americano *Heroes*, como um fenômeno de *transmedia storytelling*. Lançado em 2006, rendeu à emissora de televisão de sinal aberto NBC quase 40 desdobramentos narrativos com envolvimento de espectadores distintos. Depois que o seriado acabou nos Estados Unidos, ele perdurou por mais temporadas na internet no formato

de websérie. O site contém cenas extras, capítulos, fotos, dentre outros. Destacam-se as revistas em quadrinhos, que são consideradas as mais lidas do mundo onde foram destacados personagens coadjuvantes que, durante a exibição na televisão, não tiveram expressividade. Além de tudo isso, imagens artísticas feitas com a colaboração de fãs, comunidades e espaço de loja virtual para compra de diversos produtos com a marcas de *Heroes*, confirmando o seriado como um dos *cases* de maior sucesso da convergência midiática mundialmente conhecida (FECHINE *et al.*, 2011).

No Brasil, em menor proporção, mas de grande importância, tendo em vista as reconfigurações pelas quais os padrões midiáticos estão passando, temos na novela *Cheias de Charme*, da Rede Globo nossa maior referência de convergência transmidiática como já foi mencionada. Exibida em 2012, a novela das sete, de autoria de Felipe Miguez e Izabel de Oliveira, ficou conhecida em razão da grande participação do público nos produtos que foram lançados de forma estratégica e também em função dos diálogos entre os produtores-emissores e o público-receptor, que contribuiu para a expansão da novela. O *case* de sucesso se centrava nas empreguetes Penha, Rosário e Cida, interpretadas por Taís Araújo, Leandra Leal e Isabelle Drummond, respectivamente. Ao se conhecerem na prisão, as três ficaram amigas e depois que saíram da cadeia, decidiram se lançar no universo da música. Para tanto, resolveram gravar o videoclipe *Vida de empregue* no estúdio de Chayene (Cláudia Abreu), a patroa, que também cantava na trama. Ao ser veiculado na internet, o videoclipe viralizou, ganhando muitas visualizações e compartilhamentos.

A repercussão foi tão grande que chegou a sair da esfera ficcional e atingiu o nosso cotidiano real. Para Bieging (2013), a novela *Cheias de Charme* marca um novo tempo na teledramaturgia nacional ao inaugurar uma fase em que as pessoas começam a interagir de modo mais incisivo com a trama a partir das estratégias transmídia geradas pela equipe de conteúdo para multiplataformas. O êxito se dá principalmente graças ao relacionamento estreito do público com os sites de redes sociais para onde estão se encaminhando os desdobramentos das ficções seriadas na atualidade. O fenômeno das empreguetes atingiu as audiências no nível tradicional *off-line* como no nível *on-line*. Conforme o Ibope, a novela teve média de 33 pontos, e alcançou pico de 40 pontos quando exibia o videoclipe *Vida de Empregue*, números que o horário das sete não alcançava havia sete anos.

Atualmente, cada ponto de audiência medida pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – Ibope corresponde a 254.892 domicílios com aparelhos ligados. Em termos populacionais, equivale a 693.788 pessoas em 15 praças que são as áreas de atuação de medição

do instituto. Só na grande São Paulo, considerada o maior mercado consumidor do país, cada ponto corresponde a 73.015 casas e 200.766 espectadores (PONTO, 2019)⁷.

A novela teve grande repercussão em números na internet. O site *As Emprequetes* teve três milhões de acessos em menos de um mês, recebeu mais de vinte mil mensagens, gerou quase cinquenta mil compartilhamentos, além das inúmeras criações de fãs disseminadas nas redes como paródias, *memes*, e outras versões de cenas que já haviam sido exibidas na TV (PONTO, 2019).

Conforme relata Mauricio Stycer (2013), esta não foi a primeira estratégia transmídia lançada, mas foi a experiência mais bem-sucedida e ousada da Globo. De forma inédita, um conteúdo é distribuído não mais pelo viés tradicional, mas surge na internet em primeira mão e, quando chega à tela da televisão, já tinha atingido mais de um milhão de pessoas que o haviam assistido, visualizado, comentado, compartilhado, fazendo valer o jargão de narrativa transmídia, que desperta a participação dos indivíduos. Após quatro anos, em 2016, a novela foi reexibida no quadro *Vale a Pena Ver de Novo* e novamente o sucesso ressurgiu. O anúncio de seu retorno gerou vários comentários na internet, chegando a alcançar os *trending topics* no *Twitter* por semanas (GLOBO, 2016).

No caso das séries norte-americanas, as estratégias são lançadas por produtores. Na tentativa de prender a atenção do público, lançam mão de pistas para incentivar os fãs a buscarem em diferentes meios os elementos capazes de desvendar os enigmas propostos. Fachine *et al.* (2011) citam a pesquisadora Marsha Kinder, que, ao explorar narrativas e personagens correspondentes em diferentes plataformas, notou que o entrelaçamento de produtos criados no ambiente da convergência tem um relacionamento dialógico fortemente ligado à cultura popular de massa. E estes formatos de produtos fabricados para tecnologias que se imbricam devem, segundo Puhl e Donato (2016), ser executados por dispositivos que estejam integrados nesse processo convergente, considerando todos os tipos de interações que geram retornos, porque é através do *feedback* que os produtores podem dar encaminhamento sobre os anseios dos telespectadores.

As empresas de televisão e de mídias em geral não se definem como realizadoras de um único padrão, mas como produtoras de conteúdo para multiplataformas. Atualmente as novelas, além do formato de televisão tradicional, podem ser assistidas em canais por assinatura. Sua extensão se encontra na internet em *sites*, *blogs* e nas redes sociais digitais. Jenkins (2008)

⁷ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2019/01/03/ponto-de-audiencia-tem-novo-valor-em-2019.html>. Acesso em: 21 jul. 2019.

lembra que, além de proporcionar novos modos de interação e circulação dos produtos, podemos utilizar as mídias digitais para saber o momento oportuno de usar o filtro na seleção do que deve ou não ser consumido como também a hora de se envolver no consumo disperso em diferentes mídias.

A lógica dos programas seriados de ficção nos modelos tradicionais facilita a assimilação por parte do público pelo fato de toda narratividade estar dentro de uma única plataforma, que é a televisão. E quando ela passa a ser veiculada dentro dos padrões da transmidiação, este processo se dá de um modo alinear. Dessa forma, para acompanhar os desdobramentos na trama em diferentes suportes, tal formato exige maior atenção e troca de informações entre os telespectadores que, ao estabelecerem relações em rede, vão poder escolher por quais mídias irão poder trocar informações.

1.3 Cultura participativa de fãs de ficção seriada

Vimos que o termo transmidiação implica ações estratégicas de integração entre mídias localizadas em diversos suportes (celular, TV, internet, audiovisual). Porém, o sucesso dessas depende da participação do público que, estimulado pelos meios digitais, promove o que se denominou de cultura da participação (JENKINS, 2008). O autor considera um complexo múltiplo e diversificado disponível aos consumidores para que esses tenham maior acesso e também possam produzir e fazer circular os conteúdos através das plataformas digitais, contribuindo assim com a convergência midiática. A participação ocorre via fãs aficionados pelos produtos seriados de TV.

Ao se apropriarem de ferramentas, produzirem e compartilharem vídeos, textos, fotos, os fãs de hoje divergem dos antigos padrões de comportamento passivo dos telespectadores diante das mídias de massa, como o rádio e a televisão, em que o emissor e o consumidor estavam em polos distintos (JENKINS, 2008). De acordo com o autor, atualmente os papéis se intercambiam, os usuários podem ser consumidores e produtores ao mesmo tempo.

De acordo com Fechine (2014), a cultura da participação envolve disciplinas inter e multidisciplinares de saberes, da comunicação até das ciências de natureza dura, que são aquelas que usam de rigor científico em suas observações, experimentos e deduções. Para a autora, a expressão se tornou comum para os diversos campos sociais e educacionais:

A expressão “cultura participativa” é utilizada para tratar de um leque tão grande de manifestações que mais adequado seria nos referirmos a “culturas participativas”, realçando com o emprego do plural a ideia de que não estamos diante de um fenômeno

único nem tampouco de um conceito monolítico. Estamos, ao contrário, diante de um mosaico de manifestações sustentadas pelo desejo de uma intervenção mais direta nos processos, quer sejam eles de caráter político, quer sejam motivados pelo consumo cultural (FECHINE, 2014, p. 4).

Para Jenkins (2008), a cultura da participação é aquela em que fãs e outros consumidores são incentivados a interagir de modo ativo e operante nos processos de (re)criação e circulação de produtos. Apesar da facilidade de disseminação de conteúdo nas redes devido aos suportes serem fabricados para essa função, a recriação de conteúdos de entretenimento sempre existiu. Podemos perceber que o fenômeno das adaptações da literatura para a TV ou os *remakes* na saga de *Star Wars*, por exemplo, precede a transmidiação. Foi o caso de uma experiência realizada entre fãs da narrativa de George Lucas que, inconformados com o final da trilogia nos idos anos 1980, resolveram dar continuidade ao criarem as HQs, *videogames*, livros, roupas, acessórios, tudo que fizesse permanecer na lembrança dos aficionados pela força dos Jedi, guardiões da, luz mesmo fora do ambiente das salas de cinema antes do advento da internet (RODRIGUES, 2015).

As plataformas de redes sociais têm modificado os modos como nos apropriamos e discutimos sobre o que está sendo proliferado. Na ânsia de se sentirem íntimos de uma determinada narrativa, os fãs buscam incessantemente participar e esse envolvimento pode ser feito por vias distintas: ao tecer comentários no Twitter ou Facebook, estimulando o fenômeno conhecido por *television backchannel* (PROULX; SHEPATIN, 2012 apud SIGILIANO, 2015), que se caracteriza pelas interações e conversações via redes sociais na *web* no momento mesmo em que a ficção seriada é veiculada na televisão.

As tramas apresentadas nas novelas brasileiras sempre tiveram repercussão nacional, tanto por pessoas que acompanham o desenrolar como pelos que só ouvem falar dos temas que geram debates e, agora, com a repercussão nas redes, os comentários se expandem. De acordo com Faria *et al.* (2015), as práticas atuais que encontramos nas plataformas de redes sociais são bem similares aos meios tradicionais. A diferença é que há um aproveitamento das inovações propiciadas pelos usos das tecnologias digitais, que promovem todas essas relações e resultam em rastros lançados, típicos da era cibernética.

Para Fechine (2014), os modos de participação se dão de diversas maneiras e, ao invés de serem chamados de cultura participativa, deveriam se chamar de culturas participativas pelo fato de não estarmos abordando apenas um aspecto e sim uma imensa variedade de manifestações no campo da cultura em que desejamos colaborar e intervir também nos campos da política, do social, do mercado consumidor etc., promovendo uma circulação por entre os

meios que dependem, afirma Jenkins (2008), da participação ativa dos consumidores. Esta por sua vez é inspirada por uma força maior originada dos estudos de Pierre Lévy (2003), que afirma ser esta um tipo de inteligência dispersa por vários meios, permanentemente valorizada por seus membros e tendo nesse reconhecimento mútuo entre os pares o objetivo que dá a base de sustentação da inteligência coletiva no digital.

Segundo os postulados de Jenkins (2006), os usuários da rede podem contribuir de algum modo a partir da visão de mundo e experiências adquiridas. Mesmo não sendo obrigados a contribuir, podem fazê-lo, quando se sentirem seguros e à vontade, tendo a certeza de que, quando vierem a participar, suas contribuições terão algum nível de valoração pelos demais membros imersos nesse ambiente on-line, onde muitos apenas fazem inserções superficiais, alguns adentram mais profundamente para entender como funciona este universo e outros se envolvem de tal forma que dominarão o conhecimento das ferramentas tecnológicas, incentivados por práticas experimentais criativas dos próprios membros das comunidades.

Jenkins (2006) enumerou diversas maneiras de participações de fãs nesse cenário midiático. Como exemplo, cita as formas de: 1) filiação nas comunidades, associações e grupos de discussões em fóruns, redes sociais; 2) expressão sempre relacionada à criação realizada por fãs como as *fan fiction*, *fan video*, fanzines; 3) colaboração em rede, ao unificar o sentido de coletividade ao criar juntos e inserir material atualizado em sites similares ao *Wikipedia* e, por fim, a circulação desse material, promovendo um fluxo de informações dispersos nas variadas mídias interagentes. Tudo o que é produzido e consumido ocorre graças ao aparecimento dessas plataformas de redes sociais, que permitem aos internautas acessarem um número infinito de informações bem como a utilização de serviços da ordem de entretenimento, saúde, educação etc.

Entendemos que a circulação, exploração e partilhamento dos conteúdos produzidos só acontecem devido à participação ativa dos usuários em rede. Ao nos referirmos à televisão, sabemos ser a interatividade uma característica intrínseca a esse meio há bastante tempo, o que muda é a forma, a instantaneidade e velocidade que o digital oferece, diferente dos modos tradicionais antigos, hoje quase inexistentes, como o envio de cartas ao leitor ou ligação telefônica para uma central de atendimento que o telespectador ligava para reclamar ou elogiar. Esses eram os modos de interação entre o público e os programas de televisão antes da internet, que agora vigora, dando maior visibilidade ao deixar os rastros digitais através de interações e criações na rede.

Segundo Jenkins (2008), ao possibilitar aos usuários ativos o arquivamento, apropriação e circulação de material nas redes, as tecnologias promovem uma reconfiguração nas relações

em que as medições de audiências se distinguem dos moldes tradicionais. Hoje somos convidados a participar ao criar histórias para além da narrativa original, *memes*, grupos de fãs que se encontram virtualmente para debater temas que podem contribuir com o enredo fictício etc. O autor afirma que antigamente os consumidores eram previsíveis, ficavam onde lhes era ordenado. Já as plataformas midiáticas supõem aos novos consumidores que estes sejam migratórios devido à natureza dos dispositivos que ensejam a interação participativa nos cenários convergentes. Ou seja, estamos tratando de um público infiel, que pode mudar de canal para outro em apenas um clique. Similar ao *efeito zapping*⁸, são tendências de comportamento que vêm se tornando comuns hoje em dia. De acordo com Santos e Calaça (2013):

Para garantir essa tendência e promover a adaptação à era digital, um dos caminhos encontrados pelas emissoras de TV é a interatividade. Por meio da Internet, são colocadas à disposição do telespectador maneiras para influir no conteúdo da programação, tentando assim aplicar os conceitos de cultura participativa e inteligência coletiva. De acordo com Barbeiro e Lima (2013), as pessoas querem ter acesso aos programas que já foram ao ar, consultar arquivos, manter contato com quem trabalha na redação, poder sugerir assuntos, comentar notícias e, até mesmo, fazer mais de uma coisa ao mesmo tempo: ver televisão e navegar no ambiente digital (SANTOS; CALAÇA, 2013, p. 7).

Para Fechine e Cavalcanti (2017), com a convergência não é mais necessário assistir à programação televisiva acompanhando a grade. Pelo fato dela estar dispersa em outras plataformas, há um questionamento se ainda existe algum sentido de manter a grade tradicional pelo fato de ser um momento de reunir a família ao redor da TV após o jantar ou se hoje, com tantas possibilidades de exibição, seria mais prático pensar formas em que o telespectador possa acessar os produtos em seu tempo livre. As autoras questionam e consideram se o fato de acompanhar a sequência da grade durante a exibição tem alguma relação de sentido para o telespectador.

Os programas exibidos ao vivo dão uma sensação de presença e acesso imediato compartilhado por todos os que assistem. Um exemplo comum são as partidas de futebol. Essa sensação de presença faz com que haja um intercâmbio das interações articuladas pela internet e televisão. As conversações on-line sobre os produtos televisivos propiciados pelos suportes tecnológicos conceituam a *social TV* (FECHINE; CAVALCANTI, 2017): as ações estratégicas

⁸ No livro *Teoria da Comunicação*, Martino (2013) fala do efeito *zapping* – que são as alterações provocadas pelo controle remoto no modo de ver televisão – e mostra que, apesar do efeito se tornar algo proveitoso, para as pessoas em geral o comercial na televisão é incomodo e que por isso existe a grande troca de canais. A Netflix tira proveito disso pelo fato de não exibir intervalos e muito menos comerciais durante a exibição dos seus conteúdos (BRAZ; RIOS, 2016).

estimuladas pela convergência buscam não apenas provocar as conversações entre o público interagente, mas também desses com os produtores de conteúdo transmídia, autores, atores e pessoas envolvidas em determinado projeto no momento mesmo de exibição na TV.

Sobre a prática estratégica das telenovelas, esta visa estimular a participação dos fãs⁹ nos produtos disponibilizados bem como maior articulação entre as mídias de massa e mídias digitais para que o telespectador seja capaz de intervir a tal ponto que pode ser absorvido pela equipe de produção por seu potencial colaborativo. As práticas discursivas têm sido uma constante nas plataformas de redes sociais no Brasil. De acordo com Nunes e Johnson (2015), o Twitter é o site de rede social que dispõe de maior parcela de citações sobre telenovelas na rede, devido à sua arquitetura, que se caracteriza como um *microblog*, permitindo postagens com até 280 caracteres. Já no *Facebook*, considerada a maior rede social do mundo, segundo Nunes (2014), o engajamento maior de fãs de telenovelas ocorre a durante exibição da mesma, ainda que apresente comentários e postagens em outros horários¹⁰.

As emissoras brasileiras, a exemplo da Globo e do SBT, têm criado perfis fictícios de personagens no Instagram com o intuito de gerar maior interação entre a novela e o telespectador. Na trama *A Dona do Pedaço* (2019), de Walcyr Carrasco, a personagem Vivi Guedes, influenciadora digital, interpretada por Paolla Oliveira, utiliza-se do Instagram como meio de interagir com o público. Aproveitando o fato da personagem estar envolta no universo da moda e das celebridades, a equipe de conteúdo transmídia da Globo criou uma estratégia onde deu vida à personagem no ambiente virtual, criando o perfil pessoal no Instagram da @estiloviviguedes, que atualmente tem aproximadamente 2,1 milhões de seguidores¹¹.

No caso do SBT, em 2016 também se utilizou de uma influenciadora digital para expandir as conversações para além da sala de estar, ao aproveitar a simpatia da apresentadora Maísa, que deu vida à personagem Juju Almeida na novela *Carinha de Anjo*, adaptação de Leonor Correa para versão brasileira. A personagem teve sua expansão na internet com o vlog em distintas plataformas como o Facebook, Youtube, Instagram e Twitter, que continha vídeos e trechos da apresentadora entrevistando pessoas de segmentos diversos.

⁹ Referimo-nos nesse estudo às práticas da Rede Globo, que, como já vimos, é a maior produtora e pioneira neste segmento do âmbito da convergência.

¹⁰ Estes dados, entretanto, são bastante voláteis. O número de usuários da rede do Mark Zuckerberg vem diminuindo no Brasil, de acordo com sites especializados como *Olhar Digital*, *Uol*, *Tecmundo*, entre outros. Enquanto isso o *Instagram*, em 2018, apresentava 15 vezes mais interações em detrimento de outras redes sociais. Mais informações no endereço: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/instagram-15-vezes-mais-interacoes-que-outras-redes-sociais/>

¹¹ Os dados acerca do número de seguidores são bastante fluidos devido ao alto fluxo de conexões e desconexões diárias. Esta informação foi coletada no dia 31 de outubro de 2019, podendo apresentar outros resultados em datas distintas.

Para Recuero (2009), as formas de conexões se dão de diferentes maneiras, formando laços sociais que a partir daí dão origem às interações sociais entre os atores, que são todas as pessoas, grupos, comunidades e/ou instituições. Tais interações ocorrem a partir destes agentes que buscam cada vez mais formas de relacionamentos e trocas, seja nos estudos, trabalho e entretenimento, como criadores e partícipes do sistema que, desde o surgimento dos sites de redes sociais, que buscam dar forma às estruturas sociais visando uma aproximação dialógica por meio dos aparatos tecnomediados. Segundo a autora, as conexões são um dos principais pontos observados nos estudos das redes sociais devido aos rastros digitais através de publicações, compartilhamentos, curtidas e comentários.

No caso de interações envolvendo as telenovelas, geralmente são criados grupos, comunidades de fãs de determinada narrativa, onde se comentam e se constroem relações afins, mesmo que ocorram também opiniões contrárias e divergentes entre os membros constituintes. Verifica-se a presença de grupos, perfis, páginas nas redes sociais digitais dedicados às novelas e também às personagens, que pautam questões sociais que fazem parte da realidade de parcela do público, que se vê retratado nas tramas. Por esta razão, estas narrativas não podem ser consideradas apenas uma ficção.

De acordo com Nunes (2014), a telenovela no Brasil, desde os anos de 1950, despertou interesse do público. Na era contemporânea, com o entrelaçamento propiciado pela internet, ainda é fonte de investigação para pesquisadores no campo da comunicação, ao se questionarem como essas histórias folhetinescas, depois de várias gerações e transição de mídias, podem fascinar plateias em meio à imensa profusão de imagens e produtos narrativos gerados e compartilhados via aparelhos tecnológicos.

O termo folhetim surgiu em 1836, do francês *le feuilleton*, e designa o que denominamos de rodapé. Na época em que a imprensa escrita se tornara expressiva, iniciou suas atividades nos jornais e depois nas revistas, nas notas dos rodapés. Com forte influência do jornalismo se popularizou em nas grandes cidades, se tornando um veículo de massas. Sua chegada ao Brasil remonta à segunda metade do século XIX, porém ainda encontramos características típicas da sua origem nas telenovelas atuais. Com o passar dos anos e as inovações tecnológicas por que o mundo globalizado vem passando desde a Revolução Industrial, as histórias, além dos jornais e revistas impressas, passaram a ser veiculadas no rádio, na televisão, no cinema e, por fim, na internet. As primeiras veiculações de interação via computador na teledramaturgia nacional

foram em *Explode Coração* (1995), onde os personagens centrais se relacionavam através de chats de bate-papos¹².

A partir de então, a participação da internet foi se tornando recorrente na grade de programação das novelas, fato que se intensificou nos anos 2000, com a chegada da *web 2.0*, que tem como característica primordial a participação do público e usuários que a utilizam de forma coletiva e que, além da demonstração das suas qualidades tecnológicas, conforme pontua Rocha (2013), se destaca por sua natureza social, que promove níveis diversos de interações. De acordo com Shirky (2011), as relações que ocorrem no mundo virtual têm diminuído a prática de apenas assistir à televisão. Atualmente, além de assistir, podemos conversar com os amigos, jogar *videogame* e buscar formas de criação colaborativas. Hoje cada vez mais queremos estar em contato uns com os outros virtualmente, algo impensável no modelo da televisão, mas que é característica típica da mídia social.

1.4 Modos de produção, distribuição e consumo de conteúdo na era da convergência

No século XX, todo o planejamento da mídia televisiva era voltado para o consumo dos produtos (SHIRKY, 2011). As ações estimulavam o receptor a consumir, como sempre ocorreu com as mídias tradicionais. Além de entreter, as narrativas têm levado cada vez mais o público a refletir sobre questões que dizem muito de cada indivíduo e também sobre a coletividade possivelmente em razão das inúmeras mensagens que recebemos diariamente através de diversas plataformas. Não se pode negar que as narrativas noveleiras têm interesses financeiros, pela própria característica de consumo que a televisão traz em sua gênese com a intenção de vender seus produtos ao abordar temas polêmicos que mexem com tabus e que normalmente elevam a audiência. Quanto maior a audiência, maiores os investimentos e o número de anunciantes e com ela crescem os investimentos de anunciantes.

Com o advento da internet, acrescentamos dois enfoques: o de produzir e compartilhar conteúdos. Isto significa que atuamos como co-criadores ao adquirirmos um dispositivo com acesso à internet, onde dispomos de várias funcionalidades intrínsecas ao aparelho e que possibilitam a interação. Ao considerarmos a ubiquidade múltipla de telas e plataformas midiáticas, entendemos que o consumo dos produtos televisivos ocorre não apenas por meio do aparelho televisor, mas também com o uso dos *smartphones*, *ipods*, *ipads*, celulares e outros

¹² Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/explode-coracao/bastidores/>. Acesso em: 8 mar. 2020.

dispositivos móveis. Tais aparatos levam o público interagente a participar de tal forma que se tornar um produtor de conteúdo para mídias diversas.

Segundo Costa (2016)¹³, na era da transmídiação, o consumidor é aquele capaz de reordenar, publicar, interagir com o todo que lhe é acessível e se torna peça-chave no sentido de fazer circular estes produtos entre diversos meios e plataformas, buscando novos modos de engajamento a partir dos conteúdos ofertados. Em consequência disso, ocorre intervenção e participação do espectador. Ao ser implantado esse sistema de expansão das narrativas em múltiplas plataformas, o que se estabelece são as experiências que o consumidor cria com os meios, podendo assistir a filmes em um dispositivo e em outro ouvir música e conversar com amigos em aplicativos de relacionamentos etc.

De acordo com Faria *et al.* (2015), para atrair parcela maior do público, a programação das mídias tradicionais de massa vem se adaptando às digitais, gerando a participação que pode servir como colaboração de autores de telenovelas, por exemplo. Essas por sua vez se utilizam de estratégias integradas de mídia para fazer circular sua narrativa fictícia ou baseada em fatos reais. Tais ações podem ser vistas a partir de uma novela que esteja sendo exibida que dispõe de elementos que se retroalimentam de uma mídia a outra, da televisão para o *blog* na internet, programas de variedades de jornalismo e entretenimento, além das mídias sociais, revistas impressas, artigos científicos etc. São ações que partem do polo de emissão, ou seja, construídas pelos produtores de conteúdos.

Neste cenário de produção, distribuição, circulação e consumo encontramos um mercado propício à cooperação onde muitas pessoas atuam, trocam experiências e constroem juntas narrativas a partir do que é proposto nas mídias, retroalimentando dessa forma narrativas e estratégias transmediadas, que podem funcionar de modo independente ou com algum nível de interdependência. Quanto aos usos que o público faz das mídias, existem os que ensejam maior engajamento ao se depararem com dispositivos e outros que, apesar de pouca interação, são convocados a participar da convergência dos meios.

Briglia (2017) explica que, para manter o interesse do público de telenovelas em meio a todo esse emaranhado de possibilidades mediados por tecnologias móveis, os desafios são de como “fisgar” o telespectador e gerar formas de consumo por meio de dispositivos que estão notadamente cada vez mais presentes no cotidiano dos consumidores. Esta tarefa árdua torna-se maior principalmente entre os jovens, já que, segundo estudos realizados pelo *Youtube* e o

¹³ Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1246-1.pdf>. Acesso em 11 dez. 2019.

site *Meio & Mensagem*, em parceria com a *Provokers*, os jovens brasileiros preferem a internet à TV e esses, quando estão assistindo à programação na telinha, estão de algum modo conectados à rede (RODRIGUES, 2017). Ainda, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD 2013, ligada ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 75,7% dos jovens brasileiros entre 15 e 17 anos são usuários da *web*; a proporção de jovens adultos até 24 anos excede em mais de 70%. A quantidade cai vertiginosamente até alcançar os 12,6% de adultos com 60 anos ou mais (IBGE, 2016).

Então, a partir do comportamento atual do telespectador de estar envolvido com narrativas e programação televisiva em várias mídias, surge um novo modelo e com ele novas formas de consumo que vêm sendo adotadas pelas emissoras de TV, em consonância com os autores e roteiristas.

Para Jacks *et al.* (2011), há uma transformação cultural quando os consumidores passam a intervir no processo de produção e distribuição a partir da televisão para os outros meios. O que muda são os usos, que se tornam personalizados e as práticas inter e multirrelacionadas. Os fluxos comunicacionais se ampliam, abarcando a cooperação entre os mercados de mídia bem como a percepção de como as audiências se comportam no ciberespaço.

Em oposição a toda essa interação por grande parcela do público, Briglia (2017) garante que há outra parte que depende ainda do que é proposto pela grade de programação das emissoras. Como já foi dito sobre a importância das telenovelas para o público nacional desde décadas passadas, essas, quando inseridas no contexto da convergência, ampliam suas temáticas e possibilidades de engajamento ao terem suas narrativas discutidas nas redes sociais no momento que estão sendo veiculadas na TV. O público que interage, consome e produz conteúdo via sites de redes sociais recebe a alcunha de *prosumidor* (TOFLER, 2001) e sua prática mais comum é a da *social TV*. De acordo com Fachine e Cavalcanti (2017), com publicações, postagens e comentários dos internautas de maneira síncrona à exibição na TV, essas interações dependem de estratégias mercadológicas que intentam angariar a adesão dos prosumidores.

Os novos modelos de negócios testados por emissoras de televisão unem as práticas de uso de dispositivos de segunda tela com as plataformas de redes sociais para fomentar a experiência da *social TV*, visto que a ascensão de aparatos móveis conectados à internet tem crescido de modo exponencial, alterando os modos de produção e consumo de narrativa de ficção seriada no Brasil (BRIGLIA, 2017). Todos os comentários e discussões a partir das telenovelas no ambiente digital aproximam a temática e a relação entre os produtores e consumidores. Estas práticas têm se tornado frequentes no universo da cibercultura ao

alcançarem diversas classes sociais e faixas etárias, mesmo com níveis diferentes de interação. De acordo com dados do Obitel, em 2016, o público feminino ainda era o de maior representatividade quanto ao consumo de novelas, com mais de 60% , sendo a classe C a maior consumidora de teleficção no Brasil¹⁴.

Ainda que haja o espalhamento de conteúdos por distintas plataformas e migração do público para estes ambientes on-line, a TV aberta brasileira mostra sua força principalmente em momentos de crise. De acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), o setor de TVs por assinatura fechou o mês de junho de 2019 com um déficit de mais de um milhão e 200 mil assinaturas, quando comparado ao mesmo período do ano anterior (CASTRO, 2019). Apesar do público jovem e com melhor condição financeira preferir assistir ao mundo das séries como *The Walking Dead*, *Game of Thrones* etc., através dos seus aparatos de segunda tela, haverá sempre o público que acessa e depende quase que exclusivamente da programação de TV aberta. Este dado de realidade é comprovado por levantamento do IBGE (2016) que aponta que apenas 2,8% da população não tem aparelho de TV em casa (VAQUER, 2018). E, se a maioria não pode pagar por assinatura, canais abertos têm grande expansão do sinal, especialmente a Rede Globo, que atinge o território nacional quase na sua totalidade, apesar do crescimento das emissoras concorrentes SBT, Record e Rede TV!.

Na contemporaneidade, as temáticas da telenovela conseguem dar continuidade às discussões junto aos internautas graças ao investimento que a Rede Globo tem feito ao unir as tecnologias analógica e digital para garantir a fidelidade do público que apenas assiste à programação de modo tradicional e também atingir àqueles que são migratórios. Tendo hegemonia no segmento novelístico há décadas, a Globo assiste a um crescimento vertiginoso da Rede Record, que leva ao acirramento pela disputa em audiência, concomitantemente a uma maior possibilidade de trabalho para atores e profissionais técnicos em espetáculos televisuais.

A emissora do bispo Edir Macedo tem investido em histórias bíblicas, com foco em uma parcela da audiência de perfil religioso e na utilização de diálogos coloquiais, que têm aproximado as histórias do público mesmo em produções históricas como *Os Dez Mandamentos* (2015) – case de sucesso que teve desdobramento de sua narrativa depois da novela parar na tela do cinema e em teatro musical, além de uma segunda temporada na televisão. O produto chegou a ultrapassar a audiência do *Jornal Nacional* e da novela das 21h da Globo em 2015 (CASTRO, 2015).

¹⁴ LOPES; GRECO, 2016. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002792452.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2020.

Ainda sobre *Os Dez Mandamentos*, autora Vivian de Oliveira rebateu críticas e defendeu o uso de linguagem mais simples para a produção transportada para o antigo Egito. Ela brincou, quando questionada sobre a frase solta por um jovem quando viu a rainha passar, ao dizer: “Essa eu pegava”. “Como dizer essa frase na época de Moisés?”, questionou Vivian. “Eu levaria essa senhora para o leito” (FALCHETI, 2015). Tais questionamentos ocorrem pelo fato da narrativa ter sido escrita concomitantemente ao tempo em que era veiculada e, pelo fato de ser uma obra aberta, é suscetível a intervenções do público. Não é incomum, portanto, enredos mudarem repentinamente seu curso, como ocorreu em *Torre de Babel* (1998), de Sílvio de Abreu, que matou o casal lésbico Leila (Sílvia Pfeiffer) e Rafaela (Christiane Torloni), por terem sofrido rejeição do público. Outro caso na mesma novela foi a não aceitação ao primeiro personagem vilão interpretado por Tony Ramos, que logo teve que se redimir e ter um bom comportamento de mocinho como era de costume (CASTRO, 2016).

Além das reviravoltas nos roteiros, as estratégias que permitem a transmidiação estão sendo gradativas desde o fenômeno de *Cheias de Charme* (2012). Em *Rock Story* (2016), por exemplo, o protagonista da trama Léo Régis, vivido por Rafael Vitti que interpretou um cantor, teve sua primeira apresentação pública no *Domingão do Faustão*, antes da novela ter sido estreada.

Em tempos de dispersão na rede principalmente na busca pelo público mais jovem, as emissoras de TV buscam ser criativas para cativá-los. De acordo com Becker, Gambarro e Chaudhry (2016), a criação de interfaces interativas pode servir como manutenção desse público, que tem deixado cada vez mais de assistir TV no modo tradicional. Ao fazer um *link* da programação da TV com os aparatos móveis, pode-se estabelecer uma forma de fidelizá-lo.

Um caso interessante a ser pensando se trata da *soap opera Malhação*, voltada para o público *teen* e que há 24 anos vem sendo apresentada de forma inovadora, se adequando aos meios digitais por meio de *blogs*, páginas e perfis de personagens em plataformas de redes sociais. Na temporada *Malhação Sonhos*, de 2015, a narrativa trouxe à cena questões sobre a viabilidade de realização dos sonhos e incentivava o público a participar no quadro “Você em Malhação”, que periodicamente exibia um vídeo exibido durante a novela, falando dos desejos de realizar alguma atividade dentro das propostas sugeridas pela emissora. Uma das pessoas que teve seu vídeo selecionado tinha o sonho de ser cantora e teve o seu pedido atendido, ao se apresentar no *show* de talentos que acontecia na trama.

O consumo de produtos audiovisuais por meio de multiplataformas tem gerado impactos consideráveis na economia mundial do entretenimento. Depois do Youtube e da Netflix, a Rede Globo criou em 2015 o *Globo Play*, sua própria plataforma de *streaming* de vídeos sob

demanda. Tal estratégia alinha-se com a reflexão de Jenkins (2008), que afirma haver uma alteração na lógica de como os meios de comunicação operam no cenário da convergência. Em consequência disto, vemos surgir novos modelos de negócios que aglutinam empresas do ramo tecnológico e do entretenimento audiovisual, gerando modos distintos de consumo e práticas sociais a partir da internet.

Recentemente, com a finalização do decreto presidencial que previa a transição da transmissão analógica para a transmissão digital, concluída em 2018, as empresas estão cada dia mais se preparando para o mercado onde o vídeo sob demanda tem se configurado como uma nova prática de distribuição e consumo. Para Vieira e Murta (2017), o advento dos recursos interativos para a TV digital pode acarretar alterações tanto no polo de emissão, ou seja, de quem produz o conteúdo televisivo, como também no polo receptor, de quem assiste. Em razão disso, as empresas de comunicação estão se reconfigurando para atender às gerações de potenciais consumidores que estão a todo tempo conectados. Ainda segundo Vieira e Murta (2017), a programação pode explorar questões complexas, que levem o espectador a questionamentos e reflexões mais profundas, diferente do que é proposto pela maior parte da programação de TV aberta. Com exceção de programas específicos, em geral as histórias apresentam enredos simples.

Com os vídeos *on demand* - VOD, característica peculiar dos novos nichos de mercado, o papel do receptor é fundamental na forma de consumo, pois é ele quem decide quando, como e onde quer/pode assistir os serviços ofertados pela plataforma paga. As possibilidades tecnológicas transformaram o formato da grade televisiva pelo fato do digital poder produzir conteúdos diversos para distintas plataformas, então vemos surgir um imbricamento entre os formatos analógicos e digitais que configuram o mercado, ampliando dessa forma sua rede de programação para alcançar diferentes públicos consumidores.

Ao perceber a migração de público para a internet, a Rede Globo vê na sua própria plataforma on-line a oportunidade de recuperar a audiência onde quer que ela esteja, com o desafio de propor estratégias que incentivem o engajamento dos telespectadores em meio a um universo de possibilidades incentivadas pelo ciberespaço. Vieira e Murta (2017, p. 36) afirmam que:

A facilidade de consumir e compartilhar conteúdo, propiciada pelo advento de aplicativos, softwares e ferramentas cada vez mais intuitivos e inseridos no cotidiano, criou um cenário inventivo de proliferação de práticas participativas. E, como consequência dessa popularização/desmistificação, hoje se tem uma multidão de produtores de conteúdo: pessoas que consomem, produzem e compartilham

informação dos mais diversos temas, em linguagem acessível e para os mais diferentes públicos.

A experiência audiovisual na televisão com a chegada dos dispositivos móveis é individualizada e personalizada e servem aos interesses do capitalismo, foge da ideia de coletividade sugerida pelo cinema, conforme postula Azevedo (2016, p. 28):

Aos poucos, a coletividade, parte integrante da experiência que o homem vive ao frequentar um cinema, também foi se enfraquecendo, deixando de ser requisito fundamental para a interação homem/imagem. Os aparelhos de televisão se multiplicaram e se mudaram das salas para os quartos. A família, então, já não se reúne em frente ao aparelho de TV, mas cada membro assiste aos programas de sua escolha separadamente, tornando a experiência cada vez mais individual.

O avanço das tecnologias de informação e comunicação provoca um acirramento do individualismo na sociedade contemporânea. Assim, a fragmentação da audiência na televisão tem servido aos interesses do capitalismo, onde as TVs abertas e pagas têm como foco o lucro. E a Rede Globo não é exceção, com estratégias que visam a ampliação do consumo.

Segundo (AZEVEDO, 2016), na era da convergência, a TV apresenta traços do cinema e pode ser assistida pelo computador, celular, dentre outras telas. Mesmo com as eventuais mudanças pelas quais vem passando, a televisão apresenta linguagens e gêneros singulares relacionados ao próprio meio, às questões técnicas, aos modos de produção e recepção de quem faz, produz e consome este produto no contexto cultural do seu tempo.

Hoje assistimos formas de ver TV no modo tradicional e no formato *streaming* pela internet, este último se utilizando das características da primeira e incrementando inovações interativas tecnológicas com programação extensiva para diferentes segmentos de público. Os produtos ofertados via *streaming* servem como exemplos de modelos de negócios onde comumente o usuário tem que fazer assinatura paga para ter acesso aos produtos produzidos nestas plataformas. Os casos mais bem sucedidos são a *Netflix* e o *Youtube*. No caso deste último, o acesso é gratuito, mas também oferece serviços de *streaming* pagos. No Brasil, a plataforma que tem se destacado é o *Globo Play*. Desde antes da sua criação no início dos anos 2000 a emissora vem, segundo Vieira e Murta (2017), investindo em pesquisa sobre comportamento e consumo dos espectadores. Criou em princípio o site *Globo.com*, onde abriga os conteúdos por categorias nas seções de esportes, notícias, entretenimento, e possui janelas para os canais pagos como *GNT* e *Globo News*, entre outros do grupo Globo.

Depois de uma consultoria de Henry Jenkins em 2008, a Rede Globo começou a trabalhar com produtores de conteúdo multiplataforma, e criando uma gerência de conteúdo transmídia

e, mais recentemente, o *Globo Play*. Nessa plataforma, a programação atual exibida na TV aberta pode ser acessada pelos assinantes, assim como programas exibidos no passado e outros ainda inéditos na televisão aberta. De acordo com Vieira e Murta (2017), até chegar ao formato de plataforma vislumbrado pela equipe executiva da emissora, foram quase 15 anos de planejamento e experimentos.

2 AÇÕES SOCIOEDUCATIVAS: A PARTIR DAS TELENÓVELAS

2.1 Conceitos iniciais e histórico

As ações socioeducativas em telenovelas pressupõem uma nova configuração do que também é conhecido por *merchandising* social por alguns autores. Antes de nos referirmos a estes vamos retomar a ideia originária de *merchandising*, termo relacionado ao mercado, divulgação e inserções de comerciais de produtos e serviços, advindos da publicidade com o intuito de estimular o desejo pelo consumo, fortemente ligado a atividades promocionais de um produto/serviço em determinado ponto de venda (TRINDADE, 1998). Entretanto, quando o assunto são as telenovelas, o “*merchandising*” pode ter também um direcionamento de cunho social, promovendo valores e ações socioeducativas que informam o público. De acordo com Maria Imacollata Vassalo Lopes (2009, p. 38),

O *merchandising* social pode ser definido como um recurso comunicativo que consiste na veiculação em tramas e nos enredos das produções de teledramaturgia de mensagens socioeducativas explícitas, de conteúdo ficcional ou real. Entendendo-se por mensagens socioeducativas tanto as elaboradas de forma intencional, sistematizadas e com propósitos definidos, como aquelas assim percebidas pela audiência que, a partir das situações dramatúrgicas, extrai ensinamentos e reflexões capazes de mudar positivamente seus conhecimentos, valores, atitudes e práticas. A mera ocorrência de um fato na trama (gravidez, consumo de álcool, agressão doméstica, discriminação racial, acidente etc.) não caracteriza *merchandising* social. Para que ocorra é necessário que haja, por exemplo, referência a medidas preventivas, protetoras, reparadoras ou punitivas; alerta para causas e consequências associadas ou quanto a hábitos e comportamentos inadequados; valorização da diversidade de opiniões e pontos de vista etc.

Para Lima (2018), com base no entedimento de BALOGH (2001), as definições acerca de ações socioeducativas se apresentam através da utilização estratégias que incorporam temas sociais através de personagens e roteiros com finalidade pedagógica e educativa.

Para Ribeiro e Silva (2013), há muitos questionamentos a respeito das incursões sociais propostas pelo polo de emissão: o que almejam os produtores, qual a finalidade de determinado tema em uma dada novela, discussões acerca do papel da televisão e da novela sobre se servem realmente como fator educacional e/ou também de entretenimento. Além desses, questiona-se como outros serviços públicos prestados no Brasil associados ao direito à cidadania e à saúde, por exemplo, são relevantes ao serem abordados, no sentido de resolver questões sociais. Desta forma, a narrativa pode de modo simples e eficaz pode ajudar o telespectador a entender que é

possível modificar uma atitude, transformar a situação de vida para melhor, quebrar preconceitos e tabus sejam de quaisquer naturezas.

Neste sentido, há visões críticas como as de Motter e Jakubaszko (2006), quando afirmam que não há nada de novo e que essas estratégias das emissoras servem para elas se projetarem como empresas que se preocupam com a qualidade de vida das pessoas, e dessa forma galgarem posicionamento de prestígio com o intuito de angariar anunciantes publicitários, concessões, empréstimos em tempos de crise, minimizar histórico negativo na trajetória da empresa e ganhar o maior número de simpatizes e audiência possível. Porém, acredita-se que as ações socioeducativas, apesar de terem todo esse viés mercadológico, servem também para fazer com que a população repense os valores, refletindo o seu modo de estar no mundo.

Motter e Jakubaszko (2006) reiteram que há uma vantagem nesse discurso por ser em uma narrativa onde se apresenta de forma natural, sem necessitar vender um produto nos moldes tradicionalmente mercadológicos. Ao inseri-los nas narrativas ficcionais, elementos persuasivos são postos para gerar a adesão do público. Dessa forma há uma junção do produto-serviço publicitário que se pretende vender associada a um produto ficcional que dá notoriedade à marca que está sendo veiculada. As inserções de produtos em telenovelas acontecem de modo rápido e natural, como por exemplo, duas atrizes, ao interpretarem donas de casa e ao conversarem sobre as tarefas domésticas citam determinada marca de sabão que ajuda remover gorduras que antes eram difíceis de serem retiradas. Então, neste momento, aparece no televisor o produto e marca deste convidando o telespectador a sanar os problemas de limpeza da louça suja.

As primeiras inserções na teledramaturgia nacional ocorreram em *Beto Rockfeller* (1968) – exibida há mais de 40 anos na pioneira e extinta TV TUPI –, uma idealização de Cassiano Gabus Mendes e autoria de Bráulio Pedroso, marcando o fim das produções latinas. A partir daí, começa a se construir uma identidade tipicamente brasileira nas produções novelísticas. Segundo postula Eneus Trindade (1998), os casos de promoções publicitárias em novelas que causaram grande alvoroço se deram na virada das décadas de 1979 para 1980 nas novelas *Dancin' Days* e *Água Viva*, respectivamente. As duas tramas foram dirigidas por Daniel Filho e se tornaram fontes rentáveis por terem as roupas e acessórios das personagens centrais desejadas por milhares de jovens que compraram objetos similares. A partir de então se percebeu que esse tipo de comércio poderia ajudar a minimizar os custos de produção das novelas e foi por isso efetivada nas produções subsequentes.

De acordo com Fernandes e Santos (2008), para as TVs como Globo e Bandeirantes – que, nos anos 1980, já tinham seus respectivos departamentos comerciais – não importava se os produtos anunciados eram de boa qualidade, o que importava era vender. Esta prática foi mudando com o tempo, ao valorizarem produtos /serviços que pudessem trazer qualidade de vida aos consumidores.

As narrativas nacionais, por terem um apelo sobre questões que assolam o dia a dia dos indivíduos, fazem com que haja um interesse pelas temáticas e levam os produtores de telenovelas a estabelecerem relações dos produtos aos enredos apresentados, retornando para as TVs grande porcentagem dos rendimentos financeiros investidos. Soma-se a isto a ampla abrangência ao atingir público diversificado de faixas etárias, classes sociais, etnias, religião, sexo etc. Assim, a novela tem poder de persuasão, agradando e desagradando ao mesmo tempo. Além das TVs lucrarem ao assumirem como estratégia o *merchandising*, os atores e técnicos de produção, recebem porcentagem das inserções, ficando a parte mais significativa com os atores que estão diretamente ligados à campanha publicitária.

Para Motter e Jakubaszko (2006), a Rede Globo, ao entender os nichos de consumo por obter grande fatia do mercado publicitário, segmentou seus horários de novelas e, além de publicizar produtos de outrem, começou a produzir e comercializar produtos com a marca Globo, que incluem editora, gravadora musical (Som Livre), plataforma *streaming* (Globo Play), exportação de teledramaturgia para centenas de países – destaque para *Avenida Brasil* (2012), de João Emanuel Carneiro, que já foi exibida em 132 países –, além de produtos de divulgação da emissora como copos, camisas personalizadas, entre outros. As novelas – principalmente as das 21h, por tratarem de temas densos – e o *Jornal Nacional* são os produtos de maior rentabilidade e prestígio na televisão brasileira em consequência da boa audiência que obtêm medidas pelos números do Ibope da grande São Paulo (BENÍCIO, 2019).

Uma narrativa persuasiva capaz de prender a atenção do público diversificado consegue fidelizar e estimular o consumo principalmente das mulheres que, desde o início do gênero ficcional televisivo com as *soap operas*, eram alvo de grandes empresas patrocinadoras que buscavam inserir os produtos alimentícios, de limpeza e higiene e persuadir o público feminino a comprar o que estava sendo apresentado. Posteriormente as telenovelas com horários e temáticas diferenciadas tentam atingir a família toda, ainda que mais de 60% dos que assistem sejam do público feminino.

2.2 *Merchandising* nas telenovelas: práticas comerciais e sociais

As narrativas geralmente apresentam enredos , onde se tem uma figura feminina como personagem principal que enfrenta dificuldades durante os seis a nove meses de exibição até que, no final da trama, possam ter um desfecho feliz. Durante esse tempo de exibição, o público fiel ao que está sendo exibido é levado a assistir aos comerciais e dentro da perspectiva de fidelização, neste interstício, as empresas anunciantes promovem tipos distintos de *merchandising* que podem ser, segundo Fernandes e Santos (2008), de dois formatos: o comercial e o social. O segundo é vinculado a ações socioeducativas que levam questões reais para a ficção, buscando educar, informar e descobrir soluções acerca dos temas propostos. As ações sociais não se tratam de filantropia, segundo Sérgio Valente, diretor de comunicação da Globo(BARGAS, 2017) mas conseguem alavancar e expandir o mercado e, em consequência, o crescimento da emissora, defende que outras empresas de forte penetração no âmbito nacional se conscientizem sobre a importância de contribuir com a sociedade mesmo que seja a partir de um modelo capitalista

Atualmente, por uma estratégia editorial da Rede Globo, há uma tentativa de mudar o termo *merchandising* social para ações socioeducativas. Para fins diáticos, neste trabalho, utilizaremos apenas o conceito de ações socioeducativas, mesmo compreendendo que essas estão interligadas ao conceito de *merchadinsing* social.

Segundo postula Almeida (2006), o *merchandising* tem como objetivo principal mudar a atitude comportamental dos telespectadores no contexto comercial, estimulando o consumo de produtos e serviços enquanto o *merchandising* social incentiva a incorporação de atitudes que sirvam de modelo a serem seguidos. A partir da tabela proposta pelo professor Dr. Marcio Ruiz Schiavo, a autora apresenta os 4Ps (produto, preço, promoção e ponto de venda) do *marketing* publicitário, relacionando-os aos objetivos das ações do *merchandising* comercial e social empregados nas telenovelas.

Tabela 1 - Os 4 Ps do *marketing*

4 p's	Marketing Comercial	Marketing Social
Produto	Todo e qualquer bem de consumo disponível no mercado	É o conceito que deseja transmitir, aquilo que se procura transformar na conduta da audiência.
Preço	Custo pago de produto pelo consumidor	É o que o consumidor deve dar em troca da inovação. Este preço pode ser intangível (mudança de crenças ou hábitos) ou tangível (tempo, esforço pessoal, custo de locomoção).
Promoção	Como se divulga o produto (publicidade).	Como se promove o conceito (ações de informação, educação e comunicação).
Ponto de venda	Diversos locais onde o produto pode ser adquirido	Lugares onde o benefício pode ser encontrado, incluindo os diferentes canais utilizados para alcançar diversas audiências.

Fonte: SCHIAVO, M. *Merchandising social*. 1995. p.29 Apud ALMEIDA. O "Merchandising não social" como instrumento de validação do edutainment e da responsabilidade social.

Todas as emissoras de TV no Brasil, para terem sua programação veiculada, recebem a concessão do governo federal. A contrapartida, no entanto, é a obrigação de prestar um serviço público de qualidade com informação, entretenimento e funções educacionais. O direito de exibição é válido por 15 anos, podendo ser renovado ao cumprir as determinações que contemplem os pontos mencionados.

Almeida (2006), inspirada no modelo do canal de TV britânico *BBC*, relata que, para se obter serviços de qualidade quanto à concessão pública de televisão, os pré-requisitos estão vinculados aos níveis de participação e interação dos telespectadores, incentivados pela própria emissora, enfatizando que os mesmos devem exercer uma postura cidadã, e ao exercerem tal postura o público deixa de ser um mero consumidor e passa a se importar com o que os outros gostariam de ver na programação televisiva. E, ao dialogarem sobre interesses pessoais e coletivos, podem construir uma grade plural que possa atingir o maior número possível de pessoas, independente de idade, sexo e classe social.

O modelo de produção do canal britânico sugere ações socioeducativas que diferem do sistema brasileiro de televisão, que muitas vezes desrespeita e fere o Código de Ética da

Radiodifusão Brasileira, que, em sua definição, propõe que sejam exibidas e transmitidas imagens e veiculações que contenham uma programação de entretenimento e informações sadias ao ser humano, levar ensinamentos que venham a contribuir com a sociedade. O que se tem visto ultimamente, segundo Almeida (2006), é exatamente o oposto das proposituras do Código de Ética.

O que as emissoras têm feito é se utilizar de forma exasperada a inserção de conteúdos que podem ser nocivos aos telespectadores como a transmissão de cenas onde são mostradas o uso de bebidas alcoólicas e entorpecentes por jovens e adolescentes, erotização de crianças, imposição de valores de classes abastadas sobre as demais classes, a maioria composta pela população pobre, espalhadas pelo Brasil, além de temas sobre corrupção, violência, a perpetuação da discriminação contra negros, gays, refugiados, religiosos entre outros (RANGEL, 2004).

Estas ações nada sociais podem ser importantes quando mostradas para servir de exemplo a não ser seguido pelas pessoas que as assistem. A questão é o discernimento por parte dos produtores de TV sobre até que ponto e durante quanto tempo podem e devem ser exibidas para não incorrerem no que vem sendo criticado atualmente. Segundo Rangel (2004), ao assistirem cenas de violência na televisão alguns telespectadores se tornam propensos a desenvolver algum grau de agressividade.

De acordo com Fernandes e Santos (2008), existe ainda o *merchandising* de forma implícita, quando o nome do produto ou marca não é mencionado, mas a sua imagem aparece e logo é percebida pelo telespectador. Quando ocorre a inserção de um produto ou marca de empresa na novela a margem de faturamento comercial pode atingir a cifra de milhões. Para citar um exemplo, é possível verificar a novela *Paraíso Tropical* (2007), de Gilberto Braga e Ricardo Linhares, em que uma cena foi feita especialmente para divulgar a marca Citroën e um novo modelo de carro. O fato ocorreu na cena estrelada pelos atores Yoná Magalhaes, Hugo Carvana e Fábio Assunção que, mesmo sem citar a marca, deixava explícito o quão confortável era o automóvel. Este tipo de publicidade infringe o Código de Ética do Consumidor pelo fato de não veicular uma propaganda objetiva e direta. Por isso o Ministério público tenta limitar merchandising com efeitos subjetivos para que as informações possam ficar nítidas para o público. Ainda assim este tipo de “negócio” pode levar uma produção de novela a reduzir seus custos em 50%, como aconteceu com *Senhora do Destino* (2004), de Aguinaldo Silva.

As inserções de apelo social não são uma atitude unilateral das empresas de comunicação desejosas em agradar o público e sim uma das prerrogativas para cumprir as regras de cunho informativo e educacional impostas pelo governo. O que em princípio serve

para cumprir a lei se torna algo que atinge a grande massa da população que se vê envolvida nas temáticas das novelas brasileiras, deixando de ser somente um produto comercial e construindo um sentido de coletividade e empatia.

Por mais que tenha que cumprir as obrigações destacadas anteriormente, é inegável e comprovado o número de casos apresentados que tiveram debates e discussões na busca por soluções. Fazendo um recorte de algumas novelas de Glória Perez, podemos citar alguns exemplos. Em entrevista, ao portal *Coração & Vida* (2014), o cardiologista Fernando Bacal, coordenador clínico do Núcleo de Transplante do Incor (Instituto do Coração do Hospital das Clínicas da FMUSP), afirmou que, a época de exibição de *De Corpo e Alma* (1992) – que aborda a questão da doação de transplantes de órgãos – foi o período em que o hospital recebeu picos de doações: “a conscientização da população em relação à importância da doação de órgãos aumenta quando a mídia aborda o tema, mesmo de forma ficcional”.

2.3 Ações socioeducativas nas telenovelas da Rede Globo

A dependência do homem dos meios audiovisuais tem sido cada vez mais frequente nos últimos anos e a telenovela, por ser um produto ficcional midiático, há muito vem fazendo parte do debate acerca de questões reais que envolvem esse imenso Brasil. A nossa identidade já foi e ainda é retratada através de centenas de histórias contadas pela teledramaturgia nacional. Por ser um meio de entretenimento, o mais barato e acessível a todas as camadas sociais, a TV aberta é um condutor da cultura de massa, desempenhando um papel que ressignifica, mostra, conta e molda a nossa história. De acordo com Marques e Ribeiro (2016, p. 87):

A telenovela cumpre uma função muito importante no país. Mais do que grande promotora de ficção, o gênero se constitui como produto de excelência e um espaço profícuo de discussão de problemáticas sociais. Trata-se de um formato que fornece material para (re)criação de identidade(s), configurando-se uma verdadeira vitrine cultural ao possibilitar que todo o país conheça outras culturas, participe ativamente das campanhas consumistas e, sobretudo, em anos mais recentes, balizando questões ligadas a gênero. Enfim, tais produções apropriaram-se de determinados contextos e produzem significados por meio das tramas que ali são representadas. Por se apegarem ao cotidiano, esse produto ficcional televisivo retrata as mudanças ocorridas na sociedade, o que acabou conferindo participação no processo dialógico com a realidade do qual participam ativamente.

Na teledramaturgia da TV Globo, existe um núcleo de trabalho focado na responsabilidade social em suas produções, que lançam ideias, experimentos junto aos autores e roteiristas, pensando no impacto que podem ter diante da sociedade, medindo os níveis de sua

eficiência, eficácia e efetividade. Por ter inserido ações consideradas inovadoras, a emissora carioca foi condecorada, em 2001, com o *Business in the Community Awards for Excellence*, o mais conceituado prêmio de responsabilidade social do mundo, na categoria *Global Leadership Award*¹⁵.

Apesar de existir não oficialmente antes, apenas em 1999 a Globo instituiu a Diretoria de Responsabilidade Social que passou a colaborar com toda a sua programação¹⁶. Para tratar de assuntos que relacionados ao *merchandising* social que atualmente vem sendo denominado de ações socioeducativas tanto pela própria emissora como também pelo grupo de pesquisadores de ficção televisiva Obitel. Este observatório é ligado a universidades públicas e privadas brasileiras, recebendo apoio financeiro do projeto Globo Universidade¹⁷.

Dessa forma, em todos os seus produtos lançados são pensadas também as ações socioeducativas. A ideia central de quando um tema é proposto na novela, por exemplo, é que o telespectador possa fazer algum tipo de relação com o seu próprio ambiente, seja no trabalho, em casa, na escola e acima de tudo refletir, criticar sobre o que se passa e então aplicar ações educativas visando a resolução das questões.

Até mesmo pessoas que afirmam não assistir ou não gostar das telenovelas têm consciência que elas fazem parte do nosso dia a dia, seja no modo de se vestir, nos bordões, gírias, discussões e debates nas escolas, universidades, ou até mesmo nas ruas. Visto que é um produto da cultura de massa, o imaginário popular muitas vezes se identifica com determinado personagem e tenta imitá-lo. Neste momento, a ficção entra na realidade das pessoas como válvula de escape, tornando a vida mais leve.

As ações socioeducativas em telenovelas tem levantado temas ainda considerados tabus para determinada parcela da população. Questões sobre transplante de coração, diversidade de gênero, desarmamento, recuperação de crianças desaparecidas, imigração, refugiados, reforma agrária, inserção de portadores de síndrome de down em práticas educativas, tráfico de pessoas e tantos outros assuntos foram abordados nas narrativas das telenovelas da Globo, nos últimos anos, e contribuíram para o debate sobre tais questões no país e também no exterior.

¹⁵Disponível em:

http://redegloboglobo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/SiteFolder/tvg/g_rs_merchandising_social/0,,0,00.html. Acesso em: 8 mar. 2020.

¹⁶ Disponível em:

http://redeGlobo.Globo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/SiteFolder/tvg/g_rs_merchandising_social/0,,0,00.html. Acesso em: 11 jul. 2019.

Ao inserir temáticas polêmicas em suas histórias os autores levam a sociedade a refletir sobre tais questões. A escritora Glória Perez (2008) afirma ter orgulho de ser a pioneira em inserir inovações sociais que promovem mudanças de atitude e de comportamento no cenário antes considerado sem saída para determinada situação estabelecida. A autora também demonstra certo grau de insatisfação ao relatar que o assunto que é trazido durante a exibição do produto novelístico ganha profunda repercussão no contexto dos debates mais acalorados seja entre jornalistas, no campo acadêmico, no botequim etc., mas ao término da novela ou série, tende a diminuir o interesse pelo tema e muitos se tornam esquecidos por completo.

Como recurso comunicativo, a telenovela brasileira tem dado voz a milhões de pessoas que antes não tinham a quem recorrer. Graças à sensibilidade de autores ao realizar pesquisas visando entender os anseios do público, temas da vida real são pautados e transportados para a ficção, desde questões raciais, religiosas, incesto, pedofilia, gênero e sexualidade, entre outras, que já foram abordadas nas tramas e tiveram resultados interessantes. De acordo com a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República (SDH), entre 2012 e 2013, denúncias de tráfico de crianças e adolescentes aumentaram em 86%. Segundo Bruno Teixeira, ouvidor da SDH, a novela *Salve Jorge*, que tratou do tema, contribuiu de forma positiva para o crescimento das ligações que chegaram ao Disque 100¹⁸.

Em 2003 a novela *Mulheres Apaixonadas*, de Manoel Carlos, trouxe contribuições para a sociedade quando tocou em questões sobre violência contra a mulher, uso de armas e os maus tratos de idosos. Para Maria Imacollata Vassalo de Lopes (2009), três leis estão diretamente ligadas a este produto ficcional. Na narrativa, a personagem Dóris (Regiane Alves) maltratava seus avós Flora (Carmem Silva) e Leopoldo (Oswaldo Louzada). O Senado Federal, na época, considerou a novela como propulsora para a criação do Estatuto do Idoso em 2003. O mesmo fato ocorreu com o Estatuto do Desarmamento também criado no período, após apresentar o capítulo em que uma personagem morre como vítima de bala perdida no Rio de Janeiro. Houve, na sequência, cenas de uma grande mobilização com a presença de mais de 40 atores, fazendo uma caminhada pela paz na orla da praia de Copacabana. A narrativa ultrapassou a ficção e levou para as ruas um público superior a 60 mil pessoas com o intuito de pressionar o governo a acelerar o processo de tramitação para negar o porte de armas. Durante o ato, a Divisão de Fiscalização de Armas e Explosivos da Polícia Civil colocou à disposição um estande no calçadão da praia para o recolhimento das armas.

¹⁸ Serviço de denúncia anônima de situações de violação de direitos humanos. Disponível em: <https://www.mdh.gov.br/informacao-ao-cidadao/disque-100-1>. Acesso em: 11 de. 2019.

O núcleo protagonizado por Raquel (Helena Ranaldi), que sofria agressões físicas constantes do marido Marcos (Dan Stulbach) e, mesmo depois de ser espancada por ele, ainda se mantinha em silêncio, provocou debates junto ao público, sobretudo o feminino, levando à eclosão de mobilizações em todo o país. De acordo com Silva (2010), a mobilização foi tamanha que chegou a fazer com que o então presidente Luiz Inácio Lula da Silva viesse a criar um programa de proteção e amparo à mulher, em 2003. No discurso do então presidente, havia menção às cenas de espancamento mostradas na trama de *Mulheres Apaixonadas*. Tais desdobramentos se somearam a uma pressão histórica do movimento feminista brasileiro e culminaram anos depois, com a promulgação da Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006, denominada *Lei Maria da Penha*, instrumento maior que rege mecanismos capazes de inibir motivações de quaisquer naturezas contra a mulher (SILVA, 2010).

Outra trama de Manoel Carlos que causou comoção nacional foi *Por Amor* (1997), que exibiu cenas das trocas dos bebês na maternidade. Segundo Lima (2018), a narrativa foi marcante por ter sido a primeira telenovela em que os fãs puderam se utilizar de ferramentas digitais para promover o debate via Internet. O tema central da história envolvia Helena (Regina Duarte) e Maria Eduarda (Gabriela Duarte), mãe e filha na ficção que ficaram grávidas no mesmo período – gravidez esta que não estava nos planos de Helena – e cujos filhos nasceram no mesmo dia. Maria Eduarda, que sonhava em ser mãe, teve complicações durante o parto, chegando a perder o útero e o bebê. Como não teria mais condições de gerar uma criança, sua mãe, angustiada, resolveu, então, “por amor”, tomar uma atitude com a ajuda do médico César (Marcelo Serrado), amigo da família e que desde pequeno nutria uma forte paixão por Eduarda. Eles trocaram os bebês, e no dia seguinte deram a notícia a todos para tristeza total de Atílio (Antônio Fagundes), pai do filho tido como morto. Tal atitude fez suscitar várias questões se vale tudo mesmo por amor. Depois do ocorrido o arrependimento angustiante foi tomando conta de Helena que, para desabafar, escreveu toda a situação em um diário que acabou sendo encontrado pela filha. Após o choque do momento inicial, Maria Eduarda não quis acreditar no que estava lendo e acusou ferozmente a mãe de querer roubar seu filho. No desfecho da narrativa Eduarda perdoou Helena, Atílio saiu do país só retornando no final para a reconciliação com a sua amada. Maria Eduarda e Marcelo (Fábio Assunção) terminaram ficando com a guarda do menino.

Mais de 20 depois, em 2019, *Por Amor* foi reexibida no *Vale a Pena Ver de Novo* e os debates foram reforçados pelas plataformas de redes sociais. Questionamentos como: seria Helena injusta ou criminosa ao impedir que o pai tivesse o direito de criar o filho? Ou o amor

por uma filha que não teria mais condições de engravidar estaria em primeiro plano? São debates polêmicos que nunca chegam a um denominador comum.

2.4 Temáticas que envolvem gênero e sexualidade: ênfase nas narrativas de Glória Perez

Para tratar das questões que envolvem a temática de gênero nas estratégias socioeducativas abordamos três pautas originárias das narrativas escritas por Perez para a teledramaturgia. As obras escolhidas consideraram não apenas a autora, mas temáticas tidas como tabus em cada uma das épocas da exibição. Foram elas: *Carmem* (1987), da Rede Manchete, que tratava da questão da aids e buscava desmistificar a questão de que a doença só é contraída homossexuais; *América* (2005), da Rede Globo, que teve como eixo central a imigração – no entanto, um dos núcleos de maior destaque foi o dos personagens Junior (Bruno Gagliasso) e Zeca (Erom Cordeiro), que interpretaram um casal homossexual, tomando para si o destaque da trama; e, por fim, a última novela de Glória Perez, *A Força do Querer* (2017), também da TV Globo, que narrou a questão dos transgêneros e foco desta pesquisa.

Estes três recortes de telenovelas têm em comum a questão de gênero que, mesmo ao passar dos anos, ainda gera polêmica. Buscamos entender como esses temas contribuíram para o fortalecimento da questão de gênero no país, visto que uma pessoa LGBTQIA+¹⁹ é morta no Brasil a cada 25 horas, de acordo com informações da Agência Brasil (MORENO, 2017).

Ao recortar temas tabus das novelas – *Carmem*, *América* e *A Força do Querer* –, percebe-se que as três narrativas têm em comum arcos dramáticos marcados fortemente por questões de gênero. Unindo as temáticas ao imaginário cotidiano das pessoas e a relação de proximidade proporcionada pelas novelas, o poder de persuasão é rápido, apesar de as emissoras receberem críticas por parte de uma parcela do público. Ainda que a lucratividade financeira seja o principal motivo que rege a economia da televisão, não se pode negar o cunho social e educativo que o veículo vem ofertando em suas grades de programação em diversos cantos do país.

Por meio de campanhas como o *Teleton*, promovida pela Associação de Assistência a Criança Deficiente (AACD), em parceria com o SBT, ou o *Criança Esperança e Ação Global*,

¹⁹ LGBTQIA+ é uma sigla que abrange pessoas que são Lésbicas, Gays, Bi, Trans, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero. Atualmente, a sigla já evoluiu para LGBTQIAP+: Lésbicas, Gays, Bi, Trans, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Pan/Poli e mais. Disponível em: <https://orientando.org/o-que-significa-lgbtqiap/>. Acesso em: 11 dez. 2019.

da Globo, entre outros produtos como as próprias telenovelas, pudemos observar mais fortemente seu poder influenciador além de prestação de serviços de utilidade pública, estimulando novos olhares que podem provocar transformações até no âmbito governamental. Ainda, como processo transformador que mescla a ficção e a realidade, podemos citar o caso da atriz Daniela Perez, filha de Glória Perez, que foi assassinada por seu colega de elenco na novela de *Corpo e Alma*, em 1992.

Glória Perez, autora da novela e mãe da atriz, lutou durante cinco anos buscando provas e conseguiu mais de um milhão de assinaturas em um abaixo-assinado, fazendo valer a primeira emenda nacional da história que transformou o homicídio qualificado em crime hediondo (2008). Além da vida marcada por temáticas sensíveis e eventos trágicos, a teledramaturgia aborda diversos problemas também em suas narrativas ficcionais.

2.4.1 *Carmem*: o caso da aids em seu início

As temáticas sociais na teledramaturgia brasileira começaram a injetar o realismo dentro da ficção para discutir, debater, argumentar assuntos em pauta de acordo com períodos históricos do país. A ideia era “abrasileirar” as histórias, visto que estas eram fortemente influenciadas por enredos de outros países. A partir dos anos 1980, conforme postula Baron (2006), surge o *merchandising* social no universo diegético das tramas televisivas com a inserção de temas considerados polêmicos.

A presença de personagens soropositivos já vem ocorrendo ao longo dos anos em diversas obras. Tratando das formas de contágios e perfis dos personagens ao passar dos anos, em cada enredo tenta desmitificar alguns atos discriminatórios buscando levar informações e campanhas para combater a epidemia. A ideia é verificar se o assunto foi colocado de maneira adequada em *Carmem*, considerando o ano em que a novela foi exibida, as formas de contaminação sugerida pela trama, como os personagens foram tratados durante o desenrolar da história, relacionando com campanhas informativas incentivadas pelo governo no período da proliferação da doença (BARON, 2006).

A novela *Carmem*, de 1987, da Rede Manchete, marca o período em que Glória Perez sai da TV Globo e vai para outra emissora, e conta a história da protagonista vivida pela atriz Lúcelia Santos que é obcecada por Ciro, personagem de Paulo Betti, e não mede esforços para conquistá-lo, mas é ignorada por ele. Para tanto, chega a fazer um pacto com a personagem da pomba-gira (Neuza Borges) para arruinar com a vida do rapaz por ele não corresponder ao seu amor.

Carmem dá-se totalmente à entidade em busca de prestígio, poder e ter qualquer homem aos seus pés, a única condição imposta é que Carmem jamais deve se apaixonar por homem algum. Com o pacto, a vida da personagem tem transformações radicais, todos os homens se sentem atraídos por ela até que ela se apaixona por Camilo, interpretado por José Wilker, acontecendo assim uma espécie de maldição, colocando a vida do rapaz na sarjeta. Carmem se envolve sexualmente com vários homens, incorpora a entidade (pomba-gira), torna-se dependente do álcool e vai presa. Além de tudo isso, Ciro é quase morto a tiros e passa a sofrer por ela. De acordo com estudos de Gomes, (2013), à luz da teoria de Gilbert Durant, entendemos que a personagem principal sai de um estado de ascensão para a queda, um estado catamórfico da narrativa.

Em *Carmem*, pela primeira vez se trata do assunto da aids e mais uma vez Glória Perez inova no quesito de assuntos polêmicos. A autora tem a característica de discutir assuntos antecipadamente em seus textos que só depois de irem ao ar ganham o apelo popular. Na novela, a personagem que deu vida à personagem soropositiva, Rosimar, interpretada pela atriz Teresa Amayo, é infectada pelo vírus HIV através de uma transfusão de sangue. A aids ainda era novidade na época da exibição e trazia muitos questionamentos e preconceitos infundados na trama (e na vida). Ao se descobrir que a personagem havia contraído o vírus, muitos amigos deixaram de cumprimentá-la e chegaram a se afastar, evitando dessa forma qualquer tipo de contato físico (BARON, 2006).

Figura 1 - Rosimar descobre que tem aids



Fonte: Cena da novela Carmem²⁰

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rdcKOPiXgVk>. Acesso em 11 dez. 2019.

De forma inédita, a escritora introduz personagens reais em sua ficção com o intuito de fortalecer uma campanha ao trazer o sociólogo Herbert José de Sousa, mais conhecido como Betinho, que contraiu aids igualmente à personagem, durante uma transfusão. A discussão é válida na medida em que se trata de um período em que não havia muito conhecimento sobre a síndrome e associavam a forma de contágio ao relacionamento homossexual, e, a partir de uma leitura conservadora, como se fosse um castigo divino. Não havia informações sobre as formas de contágio, o que levou as pessoas a não compartilharem desde objetos utilitários como talheres, copos e até abraços. O portador da doença se sentia numa depressão profunda de acordo com Perez (2008), pois, além de já estar condenado à morte, ainda sofria pelo afastamento de pessoas próximas.

Como dito, no início da proliferação da síndrome, acreditava-se que era somente uma questão de gays pelo fato da doença ter se alastrado primeiramente por homossexuais do sexo masculino, em seguida por usuários de drogas injetáveis e receptores de sangue contaminado. Nos anos seguintes, percebeu-se um aumento de contágio em parceiros de heterossexuais contaminados com o HIV e em bebês recém-nascidos de mães infectadas.

Para discutir a perspectiva preconceituosa de que se tratava de uma problemática homossexual, Glória Perez trouxe o tema pelo viés da contaminação via transfusão de sangue em uma mulher muito querida pelos vizinhos, heterossexual, sem uma vida promíscua, para ressaltar que a forma do contágio independe de ser uma questão de gênero ou orientação sexual. E, ao trazer a figura do Betinho, como ele mesmo, para conscientizar os amigos da personagem infectada sobre as formas de contágio, para relatar sua experiência com a Aids, fez com que o público tivesse mais informação sobre a síndrome. Neste sentido, há um processo de educação que traz impactos significativos na percepção social. Conforme destaca Perez (2008):

Foi uma campanha muito bonita, e recebemos cartas muito comoventes. Houve uma mulher que escreveu agradecendo porque a novela fez com que ela se reaproximasse do seu melhor amigo, que havia contraído o vírus. Ela tinha se afastado completamente dele. Mas, na noite em que o Betinho apareceu pela primeira vez na história, ela foi na casa do amigo e lhe deu um abraço. Os dois iam assistir à novela juntos no dia em que ela escreveu a carta. Isso foi *Carmem*.

No que diz respeito à conscientização sobre os modos de transmissão da aids via transfusão de sangue expostos através da ficção, a novela também serviu como agente denunciador de bancos de sangue em hospitais, maternidades, centros de saúde etc. Em 1986, ano anterior à exibição de *Carmem*, alguns bancos de sangue já eram analisados no Brasil, mas com a exposição do tema na televisão, essa prática foi tomando todo o território nacional.

Começando pelo estado de São Paulo, daí em diante, todo processo de transfusão sanguínea passa por um estudo laboratorial para poder haver a doação, evitando dessa forma a contaminação dos vírus HIV, sífilis, hepatites e outras enfermidades.

Além do mais, o reforço na campanha com a presença do sociólogo Betinho minimiza as atitudes preconceituosas pelo fato de haver empatia, de se colocar no lugar de quem sofre ou passa por qualquer tipo de dificuldade. Mais tarde, o Ministério da Saúde observou que a aids não é um problema apenas de homossexuais, prostitutas, profissionais do sexo e de usuários de drogas, considerados como grupos de risco, nomenclatura que não se usa hoje em dia, mas sim de toda uma sociedade que não tenha a precaução de usar preservativos, seringas e agulhas descartáveis. A personagem Rosimar, além de não ter tido relações promíscuas, tinha a empatia do público que, ao entender o seu dilema durante o desenrolar da trama, foi tomando conhecimento de uma problemática que causava temor no mundo inteiro e que aos poucos foi sendo desmitificada quanto à sua forma de contágio.

2.4.2 *América* e o beijo proibido

Como temos percebido, a teledramaturgia brasileira vem trazendo ao longo dos anos assuntos ainda um tanto provocadores para dentro das casas das famílias brasileiras, mas que servem para se tratar da forma mais natural possível, visto que são temas presentes na realidade diária de todos nós. Conforme postula Mattos (2008), as histórias rondam as nossas mentes, nos levando a lugares inimagináveis, as representações dos personagens caracterizados, construídos a partir de um enredo com arco dramático muitas vezes fascinante, levam os espectadores a adentrarem no universo imagético como se fizessem parte daquele mundo fictício.

Por criar laços fortes de envolvimento com a trama, devido a esse desejo de pertencimento proporcionado pelos encantos da narrativa junto ao imaginário do público, é que a novela tem se tornado um produto rentável para as emissoras de televisão. Como um arcabouço norteador de imagens, lembranças, representações do real e modos de vida, que através de experiências sociais solidifica-se em formas de ver, agir, ser e estar no mundo, “[...] a construção do imaginário individual se dá, essencialmente por identificação (reconhecimento de si no outro), apropriação (desejo de ter o outro em si) e distorção (reelaboração do outro para si)” (SILVA apud MATTOS, 2008).

A teledramaturgia de *América* (2005), exibida pela TV Globo, tinha como ponto central o tema da emigração com todos seus desdobramentos, mas teve em uma de suas tramas secundárias, a possibilidade do primeiro beijo gay masculino na história da televisão, sua maior

expectativa, desviando assim o foco central da trama. Destaca-se que a novela foi exibida no horário nobre (entre 20h e 21h), considerado desta forma por ser aquele produto que atinge o maior índice de audiência.

Ao viajar para os Estados Unidos, Glória Perez se deparou com muitas histórias reais sobre a imigração no país e resolveu escrever a respeito. Descobriu que o Brasil é o segundo país em número de pessoas que tentam ilegalmente atravessar a fronteira pelo México. Este dado foi confirmado pela sede do Itamaraty (órgão para assuntos internacionais), em Brasília. Na sinopse, a personagem Sol (Débora Secco), que reside no Rio de Janeiro, tem um sonho de mudar de vida, caso consiga sair do país, motivada por lembranças de infância onde se contavam fatos de pessoas que, ao investirem nessa aventura, transformam suas vidas para melhor.

Antes da viagem, ela vive um romance onde se apaixona por Tião, personagem de Murilo Benício, que, criado numa cidade do interior, tem o sonho de se tornar peão de rodeio e construir uma vida simples conforme o padrão familiar. Mas nem mesmo este amor impede Sol de buscar sua independência. Então, ela segue rumo ao México em busca de uma rede de imigração que tenta a todo custo ultrapassar o muro. Assim, após duas tentativas, consegue atravessar e chega ilegalmente aos EUA, mas logo é presa e acusada de tráfico de drogas. Ao conseguir fugir da prisão, se envolve e casa com Ed (Caco Ciocler), que tem cidadania americana, para dessa forma garantir sua permanência. Inesperadamente, Sol se apaixona por Ed e fica dividida entre os dois rapazes, até que sua condição é denunciada pela May (Camila Morgado), a ex-noiva vingativa de Ed, e Sol é novamente presa e deportada para o Brasil.

Outro núcleo na trama que ganhou ênfase foi o de Júnior (Bruno Gagliasso), que vive um romance homossexual com o personagem Zeca, interpretado por Erom Cordeiro, que fazia um peão de rodeio. Tal núcleo gerou bastante especulação no público e também entre a equipe de produção. Seria a oportunidade de exibição do primeiro beijo gay na teledramaturgia da Globo que, ao final, não veio a acontecer. Momentos antes das cenas irem ao ar, a direção da emissora proibiu o beijo, alegando que grande parcela do público o rejeitaria.

Figura 2 - Júnior e Zeca



Fonte: Blog Geraldopost.com²¹

Segundo Glória Perez (2008), o veto ao beijo foi mais frustrante para ela própria, para o diretor e para os atores envolvidos bem mais do que para o público, porque as cenas e a relação entre eles foram construídas de uma forma delicada. A autora ainda afirma estar consciente de que, em uma obra aberta, independente de quem a escreva, sempre a narrativa é levada pelo gosto do público. Este, por sua vez, pode assumir uma postura conservadora e preconceituosa e a direção geral do veículo é quem decide o que deve ir ao ar ou não.

Perez (2008) já tinha abordado a temática gay na novela *Carmem* (1987), na antiga TV Manchete, e ficou bastante satisfeita com o retorno do público na época da exibição. Em *América*, ela quis usar o tema a partir da descoberta gay na adolescência em que os hormônios estão se desenvolvendo, na fase da descoberta dos desejos e instintos sexuais em estado de ebulição, período em que há certo constrangimento e muitas vezes medo de se assumir para a família. Por ser um produto que entra na casa das pessoas, a telenovela incentiva um posicionamento por parte dos telespectadores e logo a escritora recebeu retorno de pais contando que aceitaram a condição natural de seus filhos por serem gays e também dos filhos que tomaram coragem e falaram de si para os seus familiares. Para a autora (2008), mesmo sabendo que as relações entre pais e adolescentes muitas vezes sejam conflituosas, dependendo da forma como determinado tema é tratado na televisão, podem ocorrer mudanças significativas no sentido de resolver a dificuldade.

²¹Disponível em: <https://www.geraldopost.com/2016/06/peticao-on-line-pede-exibicao-na-web-de.html>. Acesso em: 11 dez.2019.

De acordo com Balbino (2015), quando foi divulgado que a cena do beijo iria ao ar depois de terem sido gravadas três versões para que fosse exibida a cena mais delicada, que não chocasse o público, a frustração foi geral. A direção da emissora alegou na época que a cena não foi exibida porque não chegou a ser editada. Isto fez com que autora e a direção da novela desmentissem a alta cúpula da emissora e eles tiveram que voltar atrás, emitindo uma nota sobre o caso devido às grandes proporções que assunto tomou, até internacionalmente.

A novela foi exibida entre março e novembro de 2005, com média de 56 pontos no Ibope na grande São Paulo e abordou também outra temática social a partir do personagem Jatobá (Marcos Frota), que interpretou um deficiente visual, dando voz a uma parcela de cidadãos que estava à margem da sociedade. Com a novela, conseguiram incentivar campanhas para a criação de uma lei que dá a permissão para que a pessoa com deficiência visual entre em qualquer estabelecimento público acompanhada do cão-guia.

2.4.3 A Força do – Transgênero – Querer

Como já vimos, a junção da realidade com a ficção é uma característica do trabalho da autora, que afirma observar ao redor para incorporar a suas tramas temas interessantes e pouco explorados. A autora afirma que a novela é uma construção diária; enquanto escreve, o público reage do outro lado, o que é interessante é levar ao público uma proposta de reflexão (SACCHITIELLO, 2017). A interatividade nas plataformas de redes sociais e os comentários em tempo real têm moldado a forma de consumo das telenovelas. Desde que começou a escrever e, vendo o alcance de público atingido pelas telenovelas, Glória Perez tem introduzido temas relevantes em suas narrativas, unindo ficção e realidade, sendo esta uma das suas peculiaridades.

As narrativas televisuais vão além de suas ficções, ao retratarem temas e ações socioeducativas. Para Glória Perez (2008), apenas colocar assuntos pertinentes em destaque na novela não é suficiente para resolvê-los, se não vierem acompanhados de políticas públicas de apoio para solução e acompanhamento de cada caso porque, se não for assim, ao término da novela, o assunto cai no esquecimento.

No caso de *A Força do Querer*, a narrativa conta a história de uma personagem que não se identifica como mulher, apesar de ter nascido com este sexo biológico. Ivana, vivida por Carol Duarte, empreendeu uma jornada sobre o seu processo de descobertas e identificação de gênero.

Como se tratou de um tema bastante delicado, a autora foi abrindo espaço e ganhando o apoio do público ao narrar a saga da personagem e, assim, no centésimo capítulo, Ivana tem a

certeza de que não pertence ao seu próprio corpo feminino. Para Maria Carolina Maia (2017), a dor vivida por Ivana é a dor existencial vivenciada por todos nós em algum momento da vida. *A Força do Querer* trouxe um fato inédito ao colocar em questão esse tema pouco conhecido pela população e que iremos abordar com maior profundidade no capítulo seguinte. Assim esta telenovela fez com que o público discutisse uma questão que existe desde os primórdios do mundo como algo natural e não como doença ou fator desviante, como já foi ou ainda costuma ser abordado.

Figura 3 - A personagem Ivana e sua transição



Fonte: *Folha de São Paulo*, 23 de agosto de 2017²²

Para gerar discussão nas telas sobre identidades e questões de gênero, a Rede Globo utiliza a personagem Ivana como parte central dessa estratégia. Em entrevista a Diego Bargas (2017), a diretora de Responsabilidade Social da emissora, Beatriz Azeredo, afirma que os temas são levantados a partir de conversas com especialistas e com o público, além do monitoramento de redes sociais digitais. Segundo ela, há um interesse no público com menos de 30 anos de idade no sentido de poderem reverberar na televisão assuntos que estão em pauta nas escolas e nas famílias a partir de uma causa social nacional ou mundial. Segundo Bargas (2017), o diretor de comunicação da Globo, Sérgio Valente, diz que “toda a cadeia produtiva é influenciada por temas que envolvem a responsabilidade social e que um mesmo tema ganha espaço em vários programas, disseminando assim um arcabouço que gera maior informação ao público”. Para falar sobre tais assuntos, a emissora tem respaldo de órgãos internacionais como a ONU, provalvemente no período em que o beijo *gay* em *América* foi vetado. O momento não era oportuno e a direção temeu o risco da perda de audiência, por considerar o público ainda conservador e que rejeitaria a união homoafetiva.

²² Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2017/08/globo-divulga-primeira-imagem-de-ivana-de-a-forca-do-querer-com-cabelos-curtos.shtml>. Acesso em: 11 dez. 2019.

Com o passar dos anos, se observa uma posição progressista às questões LGBTQIA+ na teledramaturgia da Globo, que enfrenta ainda resistência por uma boa parcela da audiência, como no caso do veto do primeiro beijo gay, o que só veio se concretizar oito anos mais tarde do que foi proposto em *América*, no folhetim de *Amor à Vida* (2013), de Walcyr Carrasco. Houve uma forte reação midiaticizada pela bancada evangélica na Câmara dos Deputados (CIMINO, 2015) quando a novela *Babilônia*, em 2016, exibiu logo no primeiro capítulo um beijo gay entre duas mulheres octogenárias vividas pelas atrizes Fernanda Montenegro e Natália Timberg. No caso de *Amor à Vida*, o autor Walcyr Carrasco foi apresentando aos poucos a história ao público.

Para Glória Perez (2008), é preciso antes de tudo ganhar a empatia do público. No caso da personagem transgênero de *A Força do Querer*, não existia um “plano B”, caso o tema tivesse sido rejeitado. Por isso a razão de construir toda uma narrativa que colocasse o público no lugar da personagem Ivana. Segundo Bargas (2017), o assunto tem gerado contribuições positivas em profissionais que atuam na área como, por exemplo, o uso legal dos nomes sociais em documentos depois de mudança (transgênero). Para a fundadora do grupo de pais LGBTQIA+, Edith Modesto, “aparecer como personagens de novela traz às pessoas trans a esperança de dias melhores”.

Há a possibilidade de um melhor entendimento sobre as questões de gênero à luz da teoria *queer*²³, que, segundo Amorim *et al.* (2017), almeja a transformação social no que se refere ao pensamento acerca das sexualidades. Segundo este estudo, o ser humano antes de nascer (geralmente já se conhece o sexo da criança a partir dos exames preliminares), tem seu gênero e sexualidade determinados pela sociedade sem que se tenha o poder de escolha. Portanto, aquele que não se encaixa nos padrões impostos pela sociedade é considerado “anormal”.

De acordo com Amorim *et al.* (2017), com base nos estudos de Judith Butler, uma das precursoras da teoria *queer*, a heterossexualidade compulsória vem sendo incentivada até entre os gays, quando, numa relação homoafetiva, se estabelece quem desempenhará o papel de

²³ “A teoria *queer* é um conjunto de estudos e enunciados, de vários autores, sobre a construção social da sexualidade e do gênero, com forte influência de Foucault. A teoria *queer* faz uma crítica radical das identidades sexuais tidas como essências imutáveis. Devido à sua postura anti-identitária e anti-universalista, muitas vezes ela se posiciona de maneira divergente em relação a alguns teóricos gays e feministas que reivindicam igualdade de direitos e maior inclusão social da homossexualidade. A importância do uso do termo *queer* está na reapropriação que se fez dele. Inicialmente utilizado de modo pejorativo e como insulto a homossexuais, *queer* foi positivado e ressignificado por seus teóricos, passando a ser usado para descrever práticas subversivas, que se colocam contra as normas sexuais dominantes, sobretudo a da heterossexualidade.” Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/21786/14314>. Acesso em: 15 set. 2019.

homem e o de mulher. Nos idos anos de 1960, os movimentos feministas, aliados aos movimento pelos direitos das pessoas homossexuais, lutaram por novas discussões a respeito da identidade de gênero no Brasil, já que, segundo ativistas e autores como Butler, esta identidade é moldada por redes e relações de poder. Muitas pessoas trans reclamam ainda do preconceito e por isso deixam de ir a determinados lugares pelo simples fato de temerem sofrer algum tipo de discriminação. Neste sentido, a novela cumpre o papel de trazer o debate à tona para uma parcela maior da população.

Perez (2008), ao introduzir temas reais em suas histórias fictícias, afirma saber que está entrando no universo que cabe ao jornalista. Mas que, ao beber das fontes verdadeiras do jornalismo que narram as dificuldades das pessoas e que, ao abordá-las, tem sempre o interesse de resolver ou amenizar tais situações. Segundo a autora, ao conseguir movimentar a sociedade na busca por soluções, isto já seria válido. As questões da aids, homossexualidade, transgêneridade foram e ainda serão muito abordadas e, apesar das resistências e preconceitos por parte de grupos conservadores, percebe-se que houve avanços durante as exhibições das novelas mencionadas. Em *Carmem*, a desmitificação sobre as formas de contágio do HIV/aids, em *América*, a aceitação e conversa dos pais com filhos gays adolescentes e, mais recentemente, a abordagem sobre a questão transgênero, a partir dos dilemas vividos por Ivana em *A Força do Querer*, têm suscitado debates nas escolas, faculdades, abrindo espaço para se pensar sobre a aceitação do ser humano como ele é.

A teledramaturgia, por irromper no imaginário coletivo do público, pode influir, mas também ser influenciada por ele. As mídias massivas eram acusadas de manipular as pessoas, entretanto, com o advento das tecnologias digitais, onde somos consumidores e também cocriadores de histórias, podemos dar o nosso *feedback* de modo instantâneo no exato momento em que estamos nos utilizando de algum produto televisivo. Este retorno de modo rápido está mudando as formas de comportamento tanto dentro das histórias fictícias na televisão como também nos bastidores, quando são deflagrados pelos usos de dispositivos móveis, a exemplo do caso da demissão do jornalista William Waack, por fazer piadas racistas ou o caso da suspensão do galã José Mayer, denunciado por assédio a uma figurinista em seu blog. Esses casos afirmam a força da internet como artefato cultural onde todos atualmente temos um lugar de fala, para expor e denunciar situações abusivas. Neste sentido, constata-se o fato de algumas temáticas terem sido abordadas apenas nos núcleos secundários das telenovelas analisadas. No entanto, a resposta do público reordena o olhar quanto aos arcos da trama e colabora para trazer para o centro os debates que envolvem o imaginário e suas nuances.

2.4.4 Noções conceituais de identidade sexual e transexualidade

Segundo Ana Paula Suitsu de Sá (2018), para tratar destas definições, temáticas que envolvem o objeto da nossa análise ao tratarmos das ações educativas relacionadas à personagem trans da novela *A Força do Querer*, é preciso cuidado pelo fato de estarmos abordando situações de vida de pessoas que sofrem diariamente ações excludentes e patologizantes. Para a autora, não há definições fechadas para o tema. Existem na verdade compreensões e posicionamentos no intuito de incluir uma vasta gama de identidades diversas que ainda são considerados polêmicas no Brasil e em outras partes do mundo por preconceito e não aceitação. Em razão disto, um entretenimento como a telenovela pôde trazer discussões para que essas pessoas fossem respeitadas em todas as áreas como o Direito, a igualdade entre os povos, como prevê a Constituição: “Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes (BRASIL, 1988)”.

A palavra gênero nos é apresentada ainda na fase escolar, na disciplina de Língua Portuguesa, geralmente se referindo às diferentes classificações de substantivos como masculino e feminino ou, em primeira instância, podemos pensar nas pessoas como sendo menino, do sexo masculino, ou menina, do sexo feminino, numa classificação que atende a um aspecto biológico da natureza humana. Mesmo que grande parcela da população entenda sexo e gênero por esse viés biológico, é preciso conscientizar aspectos biológicos que fogem a essa regra, como é o caso dos hermafroditas ou intersexos, como atualmente vêm sendo chamados, que são pessoas que possuem ambas as características sexuais do homem e da mulher em sua genitália.

Para Sá (2018), as pessoas intersexos sofrem pela falta de informação na sociedade. Muitas delas, ainda recém-nascidas, são levadas à mesa de cirurgia para realizar um procedimento a fim de encaixá-las no perfil de homem ou mulher, sem ao menos se esperar a criança crescer e tomar uma decisão por livre escolha. Talvez seja esta uma das razões pelas quais a concepção de sexo vem há muito sendo discutida porque, mesmo anatomicamente falando, as pessoas vêm tendo que assumir características impostas por padrões da sociedade assim como foi construído o conceito de gênero, tendo que passar por especificações impositivas, quando o que seria o natural da escolha de cada pessoa é desprezado.

De acordo com Silva, Bezerra e Queiroz (2015), a noção de gênero como uma construção social não é a única encontrada nas sociedades. Existem perspectivas ainda

dominantes em algumas sociedades que estabelecem uma relação binária e compreendida como supostamente natural acerca da construção do gênero, que define o binômio homem/mulher, masculino/feminino.

É esse binarismo sexual e de gênero que vem sendo denunciado, como destaca Pombo (2017), por ser considerado um modelo ultrapassado e insuficiente, que já não se enquadra nos novos arranjos familiares e nem compreende a múltipla diversidade e incentivo que hoje encorajam cada indivíduo a viver livremente sua sexualidade. Por se tratar de temas que boa parte da população desconhece ou sobre os quais existem informações equivocadas, tais assuntos podem ser vistos como tabus por trazerem à tona pautas relacionadas à sexualidade e às identidades de gênero.

Na narrativa de *A Força do Querer*, a personagem Ivana procurou dar voz a pessoas que passam pelo mesmo dilema que sua personagem enfrentou, com a intenção de que essas sejam reconhecidas e respeitadas conforme sua escolha/natureza. As definições de sexo e gênero ainda são difíceis de serem delimitadas. O sexo atualmente prevê diversas significações enquanto o gênero vai além do binômio homem-mulher. De acordo com Oka e Laurenti (2014), a conceituação de “sexo” e “gênero” remete a duas áreas opostas à das ciências humanas, que abrangem aspectos subjetivos e culturais de pertencer ao sexo masculino ou feminino e à área da bioquímica e fisiologia. Tais definições foram analisadas e separadas na década de 1970 em razão da forte expressividade feminista que buscava respostas que justificassem as violências sofridas pelas mulheres.

Ao trazer à tona questões de gênero para melhor entendê-lo, Connell e Pearse (2018) afirmam existirem discussões opositivas que surgem desde o princípio a partir das diferenças biológicas e que, “acima de tudo, o gênero é uma questão de relações sociais dentro das quais indivíduos e grupos atuam” (CONNELL; PEARSE, 2018, p. 47). Faz parte de uma estrutura social concebida na sociedade onde, como seres humanos, nos reproduzimos através do ato sexual. O problema se situa, conforme afirmam as autoras, não na reprodução da espécie, mas, sim, nas práticas exageradas de distinção entre homens e mulheres, por exemplo, na diferenciação de salário e ainda mais agora, quando um terceiro gênero começa, mesmo sofrendo preconceito, a entrar no mercado de trabalho. Em uma definição informal, leva-se em consideração a forma como as sociedades lidam com os corpos, os seus desdobramentos e consequências a partir do que fazemos dele ou com ele, ao apresentar as múltiplas dimensões que interligam não individualmente as características identitárias, de relações de poder, questões de trabalho e sexualidade, mas, sim, de um modo simultâneo.

De acordo com Connell e Pearse (2018), dependendo dos contextos socioculturais diversos e das leis de cada país, os padrões de gênero mudam abruptamente. Alguns têm abertura e aceitação às questões LGBTQIA+, os países com indicadores sociais mais elevados – especialmente no que se refere a educação, saúde e acesso a bens culturais – geralmente têm maior aceitação e criam leis de proteção e validação da igualdade de gênero. A Dinamarca é um exemplo, sendo o primeiro país a permitir a oficialização da união civil entre pessoas do mesmo sexo, há cerca de 30 anos. Em 2001, a Holanda aprovou a lei para o primeiro casamento *gay* da história. Em seguida Noruega, Suécia, Bélgica e Espanha logo aderiram à causa.

Em contraposição, países, muitas vezes mais pobres, com baixos índices de desenvolvimento humano e/ou com regimes conservadores do ponto vista moral ou religioso, localizados na África e Ásia, além de se oporem, punem com castigos severos quem levanta a bandeira ou "faz apologia" à liberdade sexual. Em Gana, em 2013, dados de uma pesquisa revelaram que mais de 96% da população rejeitavam e não aceitavam a união matrimonial entre pessoas do mesmo sexo no país. Lá o ato sexual entre homossexuais pode levar à prisão. Em outros países como Brunei, a situação é ainda mais grave, quando o governo, ainda que depois tenha recuado da decisão, chegou a condenar à morte por apedrejamento de pessoas acusadas de praticarem relações homossexuais²⁴.

Mas a resistência do movimento LGBTQIA+ também traz novos contornos e avanços relacionados à igualdade de gênero e vem ganhando terreno. As manifestações artísticas vêm buscando mostrar detalhes no sentido de sensibilizar pessoas, visando maior aceitação por parte do público, como buscaremos mostrar no capítulo seguinte, analisando a progressão da personagem trans Ivana/Ivan.

Connell e Pearce (2015) desconsideram a concepção posta na sociedade e que classifica o ser humano de acordo com sua estrutura biológica apenas, ao afirmarem que, apesar das diferenças entre os sexos, há intersecções entre eles e que a classificação a partir das diferenças implica dizer que, onde não existem diferenças, também não haverá gênero. Colocar homens e mulheres em posições dicotômicas ignora o fato de que nós como, pessoas humanas, somos constituídos de uma imensa diversidade de características femininas e masculinas, em níveis ou graus distintos. As autoras buscam se esquivar das proposições que preveem as dicotomias entre homem e mulher como meramente naturais, ou seja, pelo viés da biologia e, sim, como uma estrutura social que funciona Disponível em na com base em padrões pré-estabelecidos pela

²⁴ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-48907233>. Acesso em: 18 set. 2019.

sociedade e pelo contexto social no qual os indivíduos estão inseridos e estabelecem relações. Fugir desses padrões implica infringir as normas vigentes, o que pode ocasionar rejeições e afastamento do grupo social ao qual se pertence. Sá (2018) mostra otimismo em razão das estruturas sociais baseadas nos padrões não serem fixas no tempo, demonstrando que mesmo que, em um dado período persistam discriminações e rejeições em relação às diferenças de gênero em algumas regiões, essas podem acabar ou diminuir a partir de transformações ao longo do tempo.

O gênero, enquanto construção social marcada por relações que envolvem a compreensão acerca do próprio corpo humano, a construção de papéis que desempenhamos no dia a dia, as desigualdades e equiparidades de poder são elementos que levam Sá (2018) a pensar sobre definições com relação às identidades de gênero. O *Caderno Globo* (2017), produzido pela emissora sobre a temática de gênero, traz a seguinte afirmação: “gênero com o qual uma pessoa se reconhece, que pode ou não estar de acordo com o gênero que lhe foi atribuído quando de seu nascimento. Trata-se da percepção íntima de como cada pessoa se autoidentifica” (CADERNOS GLOBO, 2017, p. 111).

Em reportagem, Paulo Jebaili (2017) explica que, mesmo estando em graus (campos) similares, não é adequado se fazer uma associação direta entre identidade de gênero e orientação sexual ou sexualidade. Tais associações causam certa confusão para a grande maioria das pessoas, ao não entenderem, por exemplo, quando um travesti pode ter desejo sexual por uma mulher.

Em uma retrospectiva histórica (JEBAILI, 2017), as lutas desbravadas pela comunidade LGBTQIA+ se confundem com as do movimento feminista dos anos 1960-1970, na busca de conquista por espaços e reconhecimento. O conceito de gênero foi mudando durante o percurso no sentido de informar sobre as relações de poder, desigualdades e modos de opressão existentes entre homens e mulheres. Em todo mundo, avanços vêm ocorrendo, como no caso do governo da Eslovênia, que tem como meta acabar com a diferença de remuneração que relega às mulheres sempre os menores salários. No início de 2018, o país criou lei que considera ilegal o pagamento de maiores salários aos homens para as mesmas funções. A regra serve para todas as instâncias públicas e privadas e o descumprimento da lei acarreta multa.

No Brasil, João Nery, transexual, depois de muitas reivindicações para legitimar sua condição trans, conseguiu em 2013 a protocolização de projeto de Lei nº 5.002/13, que leva seu nome: João W. Nery – a Lei de Identidade de Gênero. Apesar dos avanços, ele pontua que “um dos maiores problemas para a população transgênero é a falta de uma legislação de reconhecimento e proteção dos seus direitos civis” (CADERNOS GLOBO, 2017, p. 103).

Como bem lembra Sá (2018), no início, as questões da transgeneridade ganharam escopo porque as pessoas, além de sofrerem preconceitos, eram consideradas pessoas doentes. É uma luta constante, segundo a norte-americana Judith Butler, filósofa e professora da Universidade da Califórnia em Berkeley, durante entrevista dada ao ativista Priscilla Bertucci²⁵, Na ocasião, Butler afirmou que, quanto maior for nosso conhecimento de mundo – isto é possível revendo o nosso passado histórico e observando as pessoas que lutaram para serem respeitadas e adquirirem seus direitos – maior gama de estratégias criaremos (BERTUCCI, 2017).

Questionada sobre a alta exposição que a temática trans vem tendo na mídia, Butler faz algumas ressalvas ao dizer que existe um ponto negativo quando personagens trans exibidas na televisão são consumidos como forma de entretenimento, quando as pessoas se divertem, mas na rua essas “personagens” da vida real estão em estado de vulnerabilidade. Sugere que é preciso ir além, como criar propostas a partir do apelo e empatia do público em favorecimento dessa parcela da sociedade, que vive à margem, mas buscando conquistar seu próprio espaço. De todo modo, não se pode confiar na cultura popular como agente de transformação social em sua plenitude pelo fato de essa provocar reações adversas e novas formas discriminatórias. Ressalta ainda que é necessário vislumbrar um tipo de justiça restaurativa, que fuja dos padrões jurídicos e legais do Estado em vigor, que pressupõem atos de violência. Por isso, Butler defende uma nova discussão ampla de como combater agressões e homicídios de mulheres, travestis e pessoas trans porque, quando tais atrocidades ocorrem, não temos outra modalidade de proteção e então tendemos a recorrer aos modos vigentes que estão arruinados.

A situação se agrava, considerando que atualmente gestões conservadoras e com crescente fobia em relação à população LGBTQIA+ estão ganhando força em países como os Estados Unidos, em que as políticas públicas desprezam o ativismo racial, feminista e LGBTQIA+. Butler entende que as classes compostas pelas minorias precisam se aceitar para ampliar a categoria gênero (BERTUCCI, 2017).

As questões de gênero vêm ganhando paulatinamente cada vez mais espaço na teledramaturgia da Globo, que, por um lado, tem maior abertura no campo do entretenimento em contraste com um discurso mais conservador no jornalismo (OLIVEIRA, 2018). Para Adriano Senkevics (2017), gênero é uma expressão que está cada dia mais em voga para que

²⁵ Patrícia Bertucci é criador do projeto [SSEX BBOX] - *sexualidade fora da caixa*, que almeja dar voz às questões relacionados a gênero e sexualidade. Disponível em: <https://diversitybbox.com/pt/>. Acesso em: 5 set. 2019.

ocorra uma compreensão social de mundo em qualquer parte, principalmente por trazer à tona as atrocidades experienciadas por homens, mulheres e a comunidade LGBTQIA+.

Se em meados do século passado a palavra gênero surgia como algo que girava em torno de atividades alusivas às mulheres, hoje o campo se expandiu de tal forma que tomou projeções imensuráveis. Segundo Senkevics (2017), “significa colocar em questão os processos que resultam na construção daquilo que entendemos como ‘masculino’ e ‘feminino’”. É interessante pensar que essas questões envolvem práticas, estereótipos, representações, costumes, identidades e como isso é moldado, recebido e devolvido à sociedade, visto que grande parcela da população enfrenta desigualdades e opressões perante as classes dominantes em virtude da orientação sexual.

A palavra gênero por si mesma carrega uma força reivindicadora de direitos que marca um período de resistência e luta entre as classes, visando acabar com a opressão e os estereótipos criados ao longo da história e eleva o discurso de empoderamento das mulheres e comunidades LGBTQIA+. A proposta é que o debate esteja em todos os setores da sociedade para que ocorra realmente uma mudança, um olhar respeitoso com a grande diversidade humana que existe no país. Considera-se que, ao conhecer um pouco de cada um desses grupos minoritários, há de se construir uma empatia e, assim, haverá uma relação de solidariedade para com as diferenças.

Desde os anos de 1970, os programas televisivos, novelas, seriados e minisséries da Globo inserem conteúdos e discursos para que os lares e as pessoas, de um modo geral, tenham maior compreensão acerca de assuntos considerados polêmicos, mas que sabemos fazem parte do contexto social em que vivemos. Se no começo havia apenas uma mera presença dos personagens homossexuais em suas tramas, ao longo dos anos, as temáticas que envolvem o público LGBTQIA+ foram ganhando mais destaque. Desse modo, tanto as abordagens quanto os personagens foram se complexificando. Entre algumas temáticas que foram tratadas pela teledramaturgia da Rede Globo, é possível destacar o direito de herança entre os casais gays (*Vale Tudo*, 1988), a adoção de crianças por casais homoafetivos – lésbicas e gays – (*Senhora do Destino*, 2004, e *Páginas da Vida*, 2006), a homofobia (*Insensato Coração*, 2011), o uso do nome social por pessoas transgênero (*A Força do Querer*, 2017). Estas abordagens contribuíram, em alguma medida, para ampliar a compreensão na sociedade sobre os direitos e as questões vivenciadas por esses indivíduos. E, após tantos anos de luta por representatividade de seus movimentos, houve um grande avanço. Em 2019, o Supremo Tribunal Federal finalmente determinou que qualquer tipo de discriminação por orientação

sexual ou identidade de gênero é considerada crime²⁶ no Brasil. Abaixo apresentamos um quadro demonstrativo sobre a linha do tempo, abordando os temas de gênero e sexualidade nas novelas.

Tabela 2 - Gênero e sexualidade na teledramaturgia brasileira

	NOVELA	AUTOR	PERSONAGEM(NS)	PAUTA
1971	Assim na terra como no céu	Dias Gomes	Rodolfo Augusto (Ary Fontoura)	Homossexualidad e masculina
1972	O Bofe	Bráulio Pedroso e Lauro César Muniz	(Zambianski)	Travestismo
1974	O Rebu	Bráulio Pedroso	Mahler (Zambianski)	Relacionamento homoafetivo
1975	O Grito	Jorge Andrade	Agenor (Rubéns de Falco)	Travestismo
1981	Brilhante		Inácio (Dennis Carvalho)	Tendência homossexual
1985	Um sonho a mais	Daniel Más e Lauro César Muniz		Primeiro beijo selinho gay em tomo de humor
1986	Roda de Fogo	Lauro César Muniz	Mário (Cécil Thiré) Jacinto (Cláudio Curi)	Relação homoafetiva
1988	Vale Tudo	Gilberto Braga, Aguinaldo Silva, Leonor Bassères	Cristina (Lala Deheinzelin) e Laís (Cristina Prochaska)	Direito de herança para casais gays
1989	Tieta	Aguinaldo Silva, Ana Maria Moretzsohn, Ricardo Linhares	Ninet (Rogéria)	Travestismo
1992	Deus nos Acuda	Silvio de Abreu, Alcides Nogueira, Maria Adelaide Amaral	Gino (Jandir Ferrari)	Travestismo

²⁶ No dia 13 de junho de 2019, o Supremo Tribunal Federal votou a favor do crime de homofobia no Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>. Acesso em: 18 fev. 2020.

1993	Renascer	Benedito Rui Barbosa	Buba (Maria Luiza Mendonça)	Hermafrodita ou Intersexual
1995	A Próxima Vítima	Silvio de Abreu	Jefferson (Lui Mendes) e Sandrinho (André Gonçalves)	Par romântico homossexual
1995	Explode Coração	Glória Perez	Sarita (Floriano Peixoto)	Drag Queen
1998	Torre de babel	Sílvio de Abreu	Leila (Sílvia Pfeifer) e Rafaela (Christiane Torloni).	Casal Lésbico
2001	As Filhas da Mãe	Silvio de Abreu, Alcides Nogueira,	Ramom/ Ramona (Cláudia Raia)	Transexualidade
2002	Desejos de Mulher	Euclydes Marinho	Ariel (José Wilker) e Tadeu (Otávio Muller)	Casal homoafetivo
2003	Mulheres Apaixonadas	Manoel Carlos	Clara (Paula Picarelli) e Rafaela (Alinne Moraes)	Descoberta da sexualidade na adolescência/juventude
2004	Senhora do Destino	Aguinaldo Silva	Ubiracy (Luiz Henrique Moreira), Turcão (Marco Villela) e Eleonora (Mylla Christie) e Jenifer (Bárbara Borges)	Dois casais de gays, masculino e feminino e adoção de criança por pelo casal lésbico.
2005	A Lua Me Disse	Maria Carmem Barbosa, Miguel Falabella	Dona Roma (Miguel Magno)	Transformismo ou Cross-dressing
2005	América	Glória Perez	Júnior (Bruno Gagliasso) e Zeca (Erom Cordeiro)	Relação Homoafetiva
2006	Páginas da Vida	Manoel Carlos	Rubinho (Fernando Eiras) e Marcelo (Thiago Picchi)	Adoção de criança por casal gay masculino.

2007	Duas Caras	Aguinaldo Silva	Bernardinho (Thiago Mendonça) e Carlão (Luigui Palhares)	Primeiro casamento gay da teledramaturgia nacional
2011	Insensato Coração	Gilberto Braga e Ricardo Linhares	Roni (Leonardo Miggiolin), Gilvan (Miguel Roncato)	Agressões e Homofobia
2011	Fina Estampa	Aguinaldo Silva	Fabília (Luciana Paes)	Transsexual
2013	Amor à Vida	Walcyr Carrasco	Félix (Matheus Solano) e Niko (Thiago Fragoso)	Primeiro beijo gay no horário nobre da teledramaturgia da Globo
2014	Em Família	Manoel Carlos	Clara (Giovanna Antonelli) e Marina (Tainá Muller)	Casamento lésbico.
2014	Geração Brasil	Filipe Iguéz e Izabel de Oliveira	Dorothy (Luis Miranda)	Transsexualidade
2014	Império	Aguinaldo Silva	Xana Summer (Ailton Graça)	Travestismo
2015	Babilônia	Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga	Teresa (Fernanda Montenegro) e Estela (Nathália Thimberg)	Homossexualidade e na terceira idade.
2017	A Força do Querido	Glória Perez	Nonato (Silvério Pessoa) e Ivana (Carol Duarte)	Travestismo e Transsexualidade.

Fonte: Adaptado pelo autor de *Cadernos Globo* (2017)²⁷

A novela *Da Cor do Pecado*, primeira novela da Globo com protagonista negra, vivida por Taís Araújo, que se chamava Preta, foi exibida pela primeira vez do dia 26 de janeiro a 27 de agosto de 2004 e reapresentada no *Vale a pena ver de novo* em 2007. Originalmente feita para o horário das 19h, que tem como marca o humor e universo do fantástico, a narrativa trouxe pautas que geraram bastante debate pelo modo de enfocar as questões raciais, desde o título. Houve o questionamento do que seria o pecado, que é reforçado pela letra da música que

²⁷ Disponível em: <http://app.cadernosglobo.com.br/banca/volume-12/> Acesso em: 11 dez. 2019.

menção a mulher negra ou morena como objeto de desejo e prazer sexual e que aparece nos instantes finais da abertura da novela.

Segundo Fernandes e Faria (2007), essa associação aos instintos carnais foi repudiada pelo Fórum Permanente de Mulheres Negras Cristãs do Estado do Rio de Janeiro, alegando que o título da narrativa bem como sua música-tema de abertura reforçavam o estereótipo vivenciado pelas mulheres negras. Polêmicas acerca do preconceito de cor sempre estiveram presentes nas telenovelas. No caso de *Da cor do Pecado*, houve uma colaboração maior porque o racismo veio como um conflito de natureza definida que interfere diretamente na relação dos protagonistas que trazem o tema para o centro das discussões (FERNANDES; FARIA, 2007).

O sucesso das novelas, ao exporem questões sociais, acontece, segundo Lopes (2009), porque há uma forte penetração no meio social e as pessoas se reconhecem no que está sendo veiculado. Naquele espaço, todos podem ter voz e denunciar independente das diferenças e disparidades que existam, as imagens compartilhadas pela televisão geram sentimento de pertencimento a algum tipo de comunidade com que o indivíduo venha a se identificar. Para Márcio Ruiz de Schiavo (2002), a inserção de temas sobre a responsabilidade social na TV Globo ocorre por duas razões. A primeira delas é que se busca estar integrado com as mudanças na era contemporânea, visando atender aos anseios de uma sociedade desigual por questões de classes sociais, raciais, sexualidade, entre outros motivos. E provavelmente pode se considerar que o mercado de nichos não deve ser desprezado pelo fato de abarcar parcela de um grupo consumidor que representa uma oportunidade oculta dentro de segmento de negócios, levando-se em consideração a aceitação dos telespectadores, pois destes é que se obtém ou não o êxito de um produto novelístico.

O segundo motivo é o fato desse ser considerado um forte exemplo para as emissoras de televisão do mundo inteiro pela qualidade e quantidade de informações educativas que fortalecem e contribuem para a formação dos cidadãos conscientes dos seus direitos e deveres. De acordo com Jesus (2013), nos últimos anos a Rede Globo vem mudando o termo de *merchandising* social, ao entendê-lo como *ação socioeducativa*, afirmando e enaltecendo suas práticas educativas disponibilizadas para a sociedade com a função de melhorar a qualidade de vida e a consciência social.

3 ANÁLISE DAS AÇÕES SOCIOEDUCATIVAS QUE ENVOLVEM A TEMÁTICA TRANSGÊNERO NA ESFERA FICCIONAL DE *A FORÇA DO QUERER*

3.1 Percurso metodológico

Para o terceiro e último capítulo de análise, propomos um trabalho de pesquisa baseado no modelo qualitativo. De acordo com Silveira e Córdova (2009),

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 32).

Realizamos um percurso que se relacionasse e o separamos por partes, de início por meio de revisão bibliográfica referente aos estudos de narrativas teleficcionais, convergência e conceito sobre ações socioeducativas em telenovelas que trouxeram base e rigor científico além informações pertinentes que contrubuíram com as reflexões presentes ao longo do texto. *A posteriori* aplicamos a metodologia de estudo de caso acerca da personagem transgênero Ivana na novela e sua propagação para outras plataformas midiáticas.

Para Yin (2001), o estudo de caso é um método que contribui de forma inigualável para compreender os fenômenos individuais, sociais, organizacionais e políticos e vem sendo utilizado em áreas interdisciplinares como a Psicologia, a Sociologia, a Antropologia e até mesmo a Economia. Yin (2001) ainda ressalta que a necessidade de se utilizarem de estudos de casos surgiu para se compreender os fenômenos sociais complexos como o que abordamos na dissertação que traz um tema considerado tabu ao longo de décadas.

Para a estruturação da análise, os métodos utilizados no estudo de caso foram: (1) a decupagem de todas as cenas da personagem Ivana/Ivan na novela *A Força do Querer*, disponíveis no *Globoplay*; (2) o mapeamento dos programas de entretenimento e jornalismo da Globo que abrangeram a metodologia 360 graus, utilizada para expandir a narrativa da personagem, que envolve toda a grade televisiva e também as redes sociais *on-line* nos agendamentos pautados pela direção da emissora. Os programas pesquisados foram *Encontro*, *Globo Repórter*, *Fantástico*; e os perfis em redes sociais digitais foram o *Twitter* de Glória Perez, *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* da Rede Globo e do *Gshow*; por fim, (3) a análise das ações socioeducativas nos programas da emissora e também nas postagens publicadas nos perfis das redes sociais. Ressaltamos que a metodologia de 360 graus é compreendida e

nomeada internamente. Tal estratégia foi assim definida pela direção de responsabilidade social da Rede Globo e adotada por pesquisadores do Observatório Iberoamericano de Ficção Televisiva Seriada – Obitel. Mostramos neste capítulo a aplicação dessa metodologia a partir da entrevista que realizamos com Beatriz Azeredo, diretora de responsabilidade social da Globo, departamento que trabalha em parceria com o Globo Universidade na confecção dos *Cadernos Globo*. Para este estudo, utilizamos da edição de junho de 2017, intitulada de “Corpo, artigo indefinido”, que trata de questões sobre gênero e sexualidades.

Desta forma, ao passar por estas etapas da pesquisa, selecionamos o material que gerou o nosso *corpus* de análise. Desde o momento em que nos propusemos a adentrar no universo da personagem Ivana/Ivan, criamos o hábito de pesquisar as informações dentro do contexto por meio de ferramentas de busca na internet bem como através das *hashtags* #Aforçadoquerer nas redes sociais supramencionadas.

Quadro 1- Corpus de análise

Período/Data	Nome da produção/Perfil	Gênero²⁸	Mídia/Plataforma
3 abr. a 21.out. 2017	A Força do Querer	Telenovela	Televisão/Globoplay
27 jul. a 29 ago. 2017	Gshow	-	Twitter
31 jul. 2017	Encontro	Talk show	Televisão/Globoplay
23 ago. 2017	Rede Globo	-	Instagram
29 ago. 2017	Glória Perez	-	Twitter
29 ago. 2017	Rede Globo	-	Twitter
29 ago. 2017	Rede Globo	-	Facebook
3 de set.2017	Fantástico	Documentário	Televisão/Globoplay
20 out. 2017	Globo Repórter	Jornalismo	Televisão/Globoplay
18 out. 2017	Gshow	-	Instagram

Fonte: Elaborado pelo autor

Para o resultado, foi necessário fazer um recorte, tamanho o material encontrado, a maioria correspondendo a publicações e programas televisivos de 2017, ano de exibição da novela. Além dos conteúdos e temáticas serem retroalimentados nos portais da Globo, encontramos material relevante em *sites* como *Uol* e *Revista Cláudia*.

²⁸ Os gêneros televisivos foram apresentados conforme a classificação da própria emissora.

3.2 Ação socioeducativa com abordagem LGBTQIA+ (personagem transgênero)

A Força do Querer, produzida e veiculada pela Rede Globo do período de 3 de abril a 21 de outubro de 2017, de autoria de Glória Perez e direção artística de Rogério Gomes, exibida às 21h, horário nobre da emissora, tocou em temas considerados polêmicos, que abordam questões de vícios, traições e identidade de gênero. Em entrevista, a autora chegou a afirmar: “a dificuldade que as pessoas têm de aceitar o diferente me incomoda. Como estou falando de tolerância, trato da questão dos transexuais, que é um dos aspectos nos dias de hoje de que não se tem a compreensão. As pessoas ainda confundem o que é um trans” (QUEIROZ, 2017). A escritora optou por aprofundar sobre a transexualidade.

Na narrativa, Ivana é filha de um casal de classe alta, o empresário Eugênio (Dan Stulbach) e da *socialite* Joyce (Maria Fernanda Cândido) que, além de atravessarem uma profunda crise no casamento, têm que aprender a lidar com a transição de gênero da filha. Desde o início da novela, o telespectador pôde assistir a cenas em que a personagem diante do espelho se via insatisfeita com o próprio corpo, o que foi confirmado em uma das cenas posteriores, quando em uma sessão de terapia ela afirma não se identificar com o corpo biológico, nem se adequar ao padrão feminino, quanto ao vestuário e modos de se comportar. Na trama, Ivana vai revelando que sua identificação tem maior proximidade com gostos típicos do que socialmente identifica-se como do gênero masculino, o que provoca embates com a mãe, que tenta persuadi-la a se comportar “como uma mulher”. Tais imposições deixam Ivana cada mais infeliz, ao se sentir pressionada a assumir características com as quais não se identifica e porque não se interessa. Assim, a personagem segue orientações contrárias quando sua mãe tenta embelezá-la com vestidos e joias e ela prefere andar com as camisetas folgadas do irmão. Dessa forma, rejeita a performatividade de gênero²⁹, conforme conceito desenvolvido por Judith Butler, composta por obrigações sociais que devem ser seguidas se a pessoa for homem ou mulher.

Neste caso, a personagem transgride as normas e, para tentar resolver tais “problemas”, Joyce manda a filha para a terapia. No início das sessões, ao considerar que Ivana criou um bloqueio em relação ao corpo graças às pressões advindas de Joyce, a psicóloga sugere experimentações que pudessem reverter tamanha ojeriza ao seu próprio corpo e efetivar relações com o namorado Cláudio (Gabriel Stauffer). Apesar de várias tentativas em busca de

²⁹ Conceito segundo o qual "gênero se trata de uma construção cultural intencional, em que um discurso é replicado por meio de uma performance baseada em normas e convenções" (GLOBO, 2017, p. 61). Disponível em: https://globouniversidadeproducao.s3.amazonaws.com/Corpo_Artigo_Indefinido.pdf. Acesso em: 11 dez. 2019.

aproximá-la do feminino a decepção era nítida ao não se sentir bem nas investidas até que Ivana conheceu Tê, ou Tereza Brant (Tarso Brant), homem trans, que passa a ser um protetor e orientador de Ivana, por ter vivenciado as mesmas problemáticas que ela.

Até este ponto da trama, Ivana contava apenas com a prima Simone (Juliana Paiva) e depois, com a nova psicóloga. Após a transição de gênero, Ivana/Ivan sai de casa e passa a enfrentar dificuldades como não ter um lugar para morar. Os pais cortam sua mesada para pressioná-la a deixar de ingerir hormônios masculinos. Ao buscar alternativas de sobrevivência, Ivan passar a procurar trabalho, mas sua aparência não condiz com o seu nome e, por essa razão, ela sofre por não conseguir emprego para se sustentar. Assim, toma a atitude de mudar de nome social para Ivan.

Para complexificar ainda mais a história, Ivan descobre uma gravidez indesejada. Depois de perder a criança ao sofrer fortes agressões físicas na rua por grupos homofóbicos, a personagem volta para a casa dos pais. Após apanhar nas ruas e quase morrer, Ivan finalmente tem a aceitação e o acolhimento da família, consegue fazer a cirurgia para retirada dos seios e conviver em paz com sua natureza de homem trans gay. Termina a novela ao lado do namorado Cláudio com um final feliz.

Desde o início da trama de *A Força do Querer*, a autora Glória Perez, de forma progressiva, deu vida à personagem Ivana (Carol Duarte), levando-a a fazer um percurso análogo à jornada do herói da obra *O Herói de Mil Faces*, de Joseph Campbell. Tal qual o mito de Campbell, a personagem da novela das 21h passou por inúmeras provas, transformações, rejeições, agressões até se tornar uma heroína da própria história (VIEIRA, 2019).

Durante toda a narrativa, desde as cenas em *flashback* – nas quais, quando ainda criança, Ivana já demonstrava sinais de não querer estar vestida como uma “princesinha” – e posteriormente, nas cenas em que não reconhece o próprio corpo ao ver sua imagem refletida no espelho, o arco narrativo de Ivana/Ivan se desenvolve, ao longo de todas as descobertas sobre si mesma, e se encaminha para o momento em que a personagem decide pela transição de gênero. Assim ela vive os conflitos para se tornar Ivan, busca por procedimentos que possibilitem mudanças anatômicas que se adequem à sua nova imagem, como tratamento hormonal para fazer crescer pêlos e cirurgia para amputar os seios. Neste sentido, de acordo com Oliveira e Oliveira (2018), de forma inédita, este *case* da teledramaturgia nacional aborda de forma minuciosa e em rede aberta discussões relevantes sobre transexualidade.

Para Santos e Mattos (2019), por ser um assunto até então pouco discutido, a temática trans foi bem representada em *A Força do Querer* por ter em Ivana/Ivan uma das personagens centrais da telenovela. A narrativa une informação e entretenimento em seus núcleos

dramatúrgicos e, a partir deles, são produzidas significações e simbologias que refletem a vida e prática social de muitos indivíduos que se vêem representados na televisão. Ao apresentar a transexualidade por meio da linguagem audiovisual, mostrando a construção gradativa da personagem em meio aos dilemas e confusões acerca da sua própria aceitação e enfrentamentos em relação à família e amigos, *A Força do Querer* traz desdobramentos dentro de uma estrutura cultural da personagem. Por um lado, Ivana sente o desejo de ser quem é em sua essência e, por outro, tem que confrontar este desejo com uma sociedade conservadora que resiste a mudanças nos padrões normativos em vigência.

Santos e Mattos (2019), ao trazerem o conceito de representatividade para buscar entender as cenas de Ivan/Ivan, afirmam que a representação classifica o mundo e as relações sociais no mais íntimo de cada ser, o que é produzido ou compartilhado entre as pessoas a partir das associações que fazemos. É parte fundamental no processo interacional da vida em comunidade, visto que tal argumentação é reforçada pelos usos de linguagem, imagens e signos que permeiam todo o nosso imaginário. A temática trans, ao estar inserida na telenovela, estabelece uma relação de poder em seu próprio favor por estar sendo tratada de uma forma humanizada.

A partir de uma perspectiva histórica, Jesus e Resende (2013) afirmam que a televisão vem há muito tempo influenciando a tal ponto que os telespectadores incorporam comportamentos de personagens das telenovelas sem nem se darem conta. Em se tratando de uma temática considerada tabu, as influências podem ser reforçadas conforme as questões forem direcionadas, fazendo o público se identificar ou não com elas.

Já faz um tempo – principalmente depois da criação da diretoria de Responsabilidade Social da TV Globo – que as narrativas das novelas globais têm se pautado, ainda que por interesses mercadológicos, na perspectiva de diminuir o preconceito e criar empatia em relação aos grupos minoritários que sofrem determinações de normas hierárquicas aparentemente imutáveis e que intentam estabelecer padrões de identidade que devem ser seguidos pela maioria das pessoas. De acordo com Santos e Mattos (2019), as identidades que são diferentes da maioria são taxadas de estranhas, desviantes das ideias concebidas previamente. As construções discursivas de identidades de gênero são utilizadas para separar grupos de pessoas trans, gays, das pessoas heterossexuais. Estas demarcações são feitas para demonstrar as práticas de poder exercidas pela sociedade, que coloca a heterossexualidade como norma obrigatória.

No entanto, as ações sociais voltadas para esse segmento nas narrativas globais não se deram de forma repentina. Este processo provalvemente reflete em parte as conquistas das

mulheres no contexto de lutas por direitos e espaço na sociedade brasileira. Devido às mudanças impostas em favorecimento das mulheres, houve a necessidade de a televisão passar por transformações e mostrar a independência do conceito que estava estabelecido na sociedade de mulher como sexo frágil. Um marco na mudança de perspectiva na discussão de gênero na teledramaturgia brasileira foi o seriado *Malu Mulher*, veiculado no final da década de 1970 pela Rede Globo. A partir daí, outras quebras de paradigmas foram acontecendo.

Em relação aos homossexuais, o processo foi diferente porque muitos autores escreviam personagens homossexuais de forma caricata e davam margem para reforçar preconceitos e, muitas vezes, reforçar padrões de discriminação. Com o tempo e devido às agressões sofridas pela população LGBTQIA+, as narrativas têm mudado a abordagem e esta parcela da sociedade tem sido retrata de forma mais humanizada.

Ao realizarmos a decupagem de todos os capítulos da novela *A Força do Querer*, observamos que a personagem Ivana rejeita o feminino desde menina, quando sua mãe impõe que se vista igual a ela. Ao longo da narrativa, assistimos de forma progressiva o desenrolar da trama que, ao abordar a temática transgênero, vai mostrando as barreiras e tabus relacionados ao tema. Desde o princípio, ainda criança, Ivana rejeita as roupas e acessórios “de meninas”; na adolescência, a personagem não se reconhece no próprio corpo e daí surge a problemática de não estar compreendendo a si mesma, o que a levou a buscar orientação psicológica por incentivo da família que achava que Ivana poderia ser lésbica.

Observamos que a temática trans de *A Força do Querer* trouxe pontos importantes a serem considerados. No capítulo 34 exibido no dia 11 de maio de 2017, em uma das sessões com Eva, a terapeuta, Ivana fala da não adequação ao corpo. Na busca por encontrar o feminino em si mesma, a personagem vai ao *shopping* comprar lingerie, incentivada pela mãe e pela prima Simone, que diz que nada é mais feminino do que as roupas íntimas femininas, na tentativa de fazer com que Ivana abandone o hábito de usar as camisetas do irmão Ruy (Fiuk). Observemos a cena transcrita abaixo:

Ivana: É isso, a gente foi comprar um monte de lingerie.

Eva: E já usou?

Ivana: Não, não, a gente comprou hoje.

Eva: Mas já se imaginou usando?

Ivana: Ah, a Simone me fez experimentar tudo.

Eva: E como é que você se sentiu?

Ivana: Eu me senti fantasiada, pronta para ir num bloco. Não sou eu, aquilo não tem nada a ver comigo. Não é que eu ache feio, eu acho bonito. Ficou lindo na Simone,

mas em mim, em mim destoa, eu me sinto uma bruta com aquelas rendinhas todas, tipo um elefante de saíote, sabe?!

Eva: Ah, Ivana, é natural esse estranhamento todo. Você tava ali tentando resgatar sua feminilidade, mas diante de outra pessoa, diante do olhar de outra pessoa, diante da expectativa de uma outra pessoa. E foi exatamente por isso que você sufocou a sua feminilidade, por receio de não corresponder às expectativas da sua mãe.

Ivana: Não sei, eu não me sinto encaixada em nenhuma explicação.

Eva: Sabe, descobrir a si mesmo leva tempo, e você já passou tempo demais tentando destruir, tentando construir, melhor dizendo, essa sua aversão ao feminino. (A FORÇA DO QUERER, 11 mai. 2017).

Podemos analisar o conteúdo da cena anterior como uma ação socioeducativa dentro da trama, pois apresenta, através da personagem, o sentimento de pessoas trans ao não se sentirem à vontade no seu próprio corpo. Para Priscila Junqueira, sexóloga e psicóloga especialista em sexualidade humana, as pessoas transexuais sentem-se incomodadas em seu corpo biológico e é necessário, por parte dos profissionais que atuam na área, um forte acolhimento até que se alcance um entendimento de cada caso e, dessa forma, se diminuam os conflitos (G1 CARUARU, 2017).

Após um período de busca pelo autoconhecimento, a personagem afirma não ser lésbica para a psicóloga Eva, revelando que decidiu fazer o processo de transição e que já havia começado a tomar hormônios. A psicóloga advertiu sobre os perigos de tomar remédios sem consulta médica, mencionando que, após a transformação, Ivana será um trans homem gay pelo fato de ser apaixonado e sentir atração sexual por Cláudio (Gabriel Stauffer). Esta cena foi exibida no episódio 111, dia 10 de agosto de 2017:

Ivana: Tomei a primeira dose.

Eva: Não faça isso, Ivana! Não sem antes consultar um endocrinologista. Não pode ser assim, pode até ser perigoso.

Ivana: Perigoso? Perigoso é eu continuar dentro desse corpo.

Eva: Não faça isso, Ivana.

Ivana: Não mudou nada ainda, eu fico me olhando no espelho, tentando achar as mudanças, mas não mudou nada, mas ao mesmo tempo mudou porque agora eu sei quem eu sou. [...]

Ivana: Só tem uma coisa que ainda me incomoda, que me perturba: o Cláudio. Não mudou nada em relação ao Cláudio, quero dizer os meus sentimentos, eu amo o Cláudio, eu continuo sentindo atração por ele.

Eva: E o que é que isso tem de extraordinário?

Ivana: Ué? Porque eu achei que isso ia mudar também.

Eva: Você está mudando de gênero, não de sexualidade, são coisas diferentes.

Ivana: São?

Eva: Você tem amigos homens que são gays, não tem?

Ivana: Tenho.

Eva: As pessoas, elas nascem homens ou mulheres, mas a sexualidade delas pode estar direcionada para pessoas de sexo diferente ou pessoas do mesmo sexo. As pessoas podem ser heterossexuais ou gays.

Ivana: Você acha que eu sou gay?

Eva: Se você completar essa travessia, você vai se tornar um trans homem gay. (A FORÇA DO QUERER, 10 ago. 2017).

Priscila Junqueira (G1 CARUARU, 2017) comenta sobre as dúvidas que acometeram Ivana ao explicar que a orientação sexual tem a ver com a busca de relações afetivas sexuais que os indivíduos queiram estabelecer e que podem ser relações homoafetivas (com pessoas do mesmo sexo) ou heteroafetivas (com pessoas de sexo oposto), enquanto que identidade de gênero é como a pessoa se sente, homem ou mulher, independente do corpo em que habita.

3.3 Expansões e estratégias das ações socioeducativas: metodologia 360 graus

As ações socioeducativas permearam o universo da personagem assim como as nuances da problemática em que poucos tinham acesso ou compreendiam o que se passava com pessoas trans. Assim, de forma didática, a temática foi sendo apresentada para o público, através das dúvidas e descobertas de Ivana, ao longo de quatro meses, até sua decisão pela transição de gênero, conforme explica Sérgio Valente, diretor de Comunicação da Globo (BARGAS, 2017).

A construção de mundos em uma narrativa proposta por autores gera interpretações que podem seguir a linha de raciocínio da trama, como também podem seguir outros caminhos, quando são inventariados por uma comunidade de fãs (*fanfiction*). Quando não satisfeitos com o andamento da trama, esses podem criar outros mundos possíveis para o desfecho da obra, teoria esta que, segundo Fachine *et al.* (2019), aproxima-se dos postulados de Jenkins (2008), ao apresentar a proposta de construção de mundos baseada na ideia da transmidiação. Nesta perspectiva, as histórias estão imbricadas com as plataformas on-line e meios de comunicação de massa, como a televisão e cinema. Ao serem expandidos, esses universos ficcionais podem ser absorvidos pelo público, que, a partir de suas reações ao desenvolvimento da narrativa, passa de mero espectador a participante na elaboração das ficções imaginadas pelos autores e roteiristas.

De acordo com Beatriz Azeredo (GLOBO UNIVERSIDADE, 2017), diretora de Responsabilidade Social da Globo³⁰, o núcleo busca aumentar a discussão agendada nas telenovelas a partir da metodologia 360 graus. Esta abordagem baseia-se no modo de transmissão transmídia que já ocorre por meio dos métodos de expansão e propagação, que potencializam temas das novelas em outros espaços e plataformas digitais durante o desenrolar da trama.

Segundo Fachine *et al.* (2019), a metodologia 360° trabalha o *merchandising* social ou ações socioeducativas na grade de programação do jornalismo e do entretenimento da emissora, além de contribuir com campanhas específicas sobre temas pautados pela sociedade em diferentes meios que priorizam ações voltadas para a educação, sustentabilidade ambiental e direitos humanos. Haja vista que exista certa confusão sobre as definições de *merchandising* social e ações socioeducativas. Fachine *et al.* (2019) explicam que “as ações socioeducativas estão relacionadas, afinal, ao que diversos autores chamam de *merchandising* social, definindo-o como a incorporação intencional de temáticas sociais específicas, por meio de personagens ou enredos, com fins pedagógicos” (FECHINE *et al.*, 2019, p. 136).

Em entrevista cedida exclusivamente por email para esta pesquisa, Beatriz Azeredo explica:

Trabalhamos de forma prioritária e permanente com três grandes temas: educação, direitos humanos, sustentabilidade ambiental e juventudes. O tema Gênero, especificamente, foi trabalhado no pilar de direitos humanos. As iniciativas são sempre articuladas em parceria com os demais programas da casa, organizações e pessoas de referência nos diversos assuntos, para garantir que estamos endereçando as questões centrais dentro de cada agenda, e nos concentrando no que sabemos fazer, que é a comunicação. Desta forma, nos asseguramos que estamos contribuindo, de fato, com a sociedade brasileira.³¹

Considerando que a telenovela pode gerar um processo educativo para quem está assistindo, mapeamos os programas em que a temática trans, quando apresentada na trama, foi debatida na grade da emissora em outros horários e para públicos de diferentes faixas etárias. Dois dias após a cena em que Ivana fala para a prima que se percebeu como uma pessoa transgênero, o programa *Encontro com Fátima Bernardes* contou com a presença de Carol Duarte, personagem trans da novela. Na ocasião, houve a reapresentação da cena em que Ivana conversa com a prima e amiga Simone a respeito de estar se descobrindo como uma pessoa trans.

³⁰ Entrevista ao grupo do Obitel, da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

³¹ Entrevista concedida por e-mail, em 17 de janeiro de 2020. Ver Anexo.

No episódio 102, exibido no dia 29 de julho de 2017, Simone não entende quando Ivana explica que está se identificando como transgênero e começa a explicar sobre a diferença entre trans e travesti, dizendo que a pessoa trans, apesar de nascer com um corpo feminino ou masculino, não se identifica com seu corpo biológico, assim como ela, mas que nunca soube nominar isso. Questionada por Simone sobre onde ouviu ou quem falou isso para ela, Ivana responde que conheceu uma pessoa que nasceu menina, foi criada como menina, mas não se identificava com o próprio corpo. “Ficava esse vazio”, Ivana continua narrando a história, e enquanto não fez a transição de gênero sofria das mesmas angústias que ela. Simone se confunde e acha que Ivana está falando sobre ser lésbica, mas Ivana nega pelo fato de que a pessoa homossexual não rejeita o corpo. Diz que vai apresentá-la a Tê (Tereza, que depois se tornou Tarso com nome social na vida real).

Para ajudar Simone (Juliana Paiva) a entender a situação – ao questionar se Tê também enfaixava os seios – Ivana responde que ele havia feito a cirurgia para retirada dos seios e conta ainda que passou a noite pesquisando sobre o mundo trans e pela primeira vez na vida se sentiu encaixada. Ao ouvir todo o desabafo de Ivana, Simone chora e afirma que vai ajudá-la no processo de transição de gênero.

O capítulo 102, exibido em 29 de julho de 2017, em particular, indica uma ação socioeducativa, por meio da tomada de consciência e conhecimento sobre saber de si mesma da personagem e repassa esta informação de forma didática para milhares de pessoas que não sabem diferenciar as questões ligadas a gênero e sexualidade – muitas pessoas trans desde crianças sofrem por não se sentirem encaixadas e outras simplesmente desconhecem o que significa o processo da autoidentificação e transição de gênero. Para Oliveira (2017), “o corpo encaixado, o corpo modificado é o corpo que se re-constrói diariamente re-fazendo conceitos sobre o que é ser homem/mulher” (OLIVEIRA, 2017, p. 135).

Ivana: Sempre que eu escutei a palavra trans, eu achava que tava falando de travesti, de transformista.

Simone: Sim.

Ivana: É, mas trans é transgênero, é uma pessoa que nasce no corpo de um homem ou de uma mulher, mas ele não se identifica, ele não reconhece o próprio corpo assim como eu, só que eu nunca soube nominar isso.

Simone: Quem foi que te falou que você é isso?

Ivana: É que ontem eu conheci uma pessoa trans, uma pessoa que nasceu com o corpo de uma menina, foi criado como uma menina, mas sentia tudo isso que eu sinto, esse vazio, essa coisa de se olhar no espelho e não se reconhecer, de rejeitar o próprio corpo. Só que ele não sabia nominar o problema, ele não sabia o que era,. Enquanto ele era uma menina, ele era muito parecido comigo, as pessoas falavam que ele era

desleixado, porque ele vestia roupas de homem, ele também tinha esse horror que eu tenho de ter seio.

Simone: Eu tô confusa, tá? Eu não tô entendendo, você tá chamando ela de ele.

Ivana: É Simone, porque é um homem.

Simone: Não, é uma lésbica.

Ivana: Não, é um homem. (A FORÇA DO QUERER, 29 jul. 2017).

O diálogo acima tem a função educativa de informar e esclarecer sobre o que é ser trans e acabar com o preconceito relacionado às temáticas LGBTQIA+ (lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, queers, intersex, assexuais e outras possibilidades). Em entrevista cedida ao portal *GShow*, em 2017, a atriz Carol Duarte afirmou estar feliz pela repercussão da novela devido ao retorno positivo por parte do público, mas este mesmo público ainda não conseguia empreender a diferença entre trans e gays:

As pessoas andam falando coisas bonitas para mim na rua, que apoiam, que acham que ela devia ser feliz. Estou surpresa, feliz que a personagem está tendo essa repercussão tão bacana. Mas muita gente não está entendendo, acha que ela é lésbica. Orientação sexual e identidade de gênero são coisas distintas (GSHOW, 2017)³².

O programa *Encontro* conta com suporte do psiquiatra Jairo Bouer, que explica de forma didática, essa diferenciação no momento mesmo em que a polêmica está sendo debatida ao vivo em cadeia nacional:

A minha orientação sexual é para onde o meu desejo se dirige. Então, se eu gosto de pessoas do mesmo sexo, sou homossexual, se eu gosto de pessoas de um sexo diferente, sou heterossexual, se eu sinto atração por pessoas de ambos os sexos, sou bissexual, diferente da identidade que é como eu me vejo, como eu me entendo e me percebo (GSHOW, 2017)³³.

Bouer ressalta que, durante a infância e adolescência, há uma confusão acerca da própria identidade e muitas vezes as pessoas acham que são homossexuais ou bissexuais. Mas, ao entenderem que não se trata disso, percebem que é uma questão mais ampla de como a pessoa se sente independente da orientação sexual.

³² Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 11 dez 2019.

³³ Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 11 dez 2019.

Além da personagem fictícia da telenovela, o programa exibido no dia 31 de julho de 2017 trouxe a experiência de pessoas trans na vida real: Paula Beatriz, primeira diretora trans da rede estadual de ensino da cidade de São Paulo, e Lam Mattos, coordenador nacional do Instituto Brasileiro de Transmasculinidade. Apresentando sua história de vida, Paula narrou que, desde quando ainda era “menino”, tinha o sonho de ser professora e foi em busca do sonho apesar de todas as barreiras e preconceitos sofridos. Na época em que o programa foi exibido, estava no cargo de diretora havia quatorze anos. A diferença é que, quando assumiu a função, o cargo ainda era diretor; a transição veio depois. Paula conseguiu, ao longo do tempo, o respeito e carinho das crianças, pais, responsáveis e colegas, mas questiona se seria contratada por uma escola particular por ser quem ela é porque ainda é grande a dificuldade das pessoas trans ou travestis se inserirem no mercado de trabalho.

Na sequência do programa, Lam Mattos³⁴, contou que se descobriu homem trans aos 21 anos. No relato, revelou que foi um longo caminho até entender e descobrir que a sua própria identidade a ser construída e fora delimitada pelo gênero em que nasceu. Primeiramente, passou por um processo de orientação e identificação para se reconhecer enquanto mulher lésbica, até conhecer o primeiro homem trans e passar por um autorreconhecimento, a partir do acesso a relatos de outras pessoas trans, processo semelhante à trajetória da personagem de Ivana/Ivan na novela. Segundo Lam, o sentimento de emoção é o mesmo para diversos homens trans no momento em que se sentem encaixados em algum tipo de identidade. Durante a entrevista, Lam contradiz a ideia de que o transgênero nasceu em um corpo errado. O fato é que há uma sociedade preconceituosa que rejeita que pessoas possam ressignificar o corpo da forma com que melhor se identifiquem.

³⁴ Consultor contratado pela emissora para auxiliar Carol Duarte na construção de sua personagem na trama de *A Força do Querer*.

Figura 4 - Carol Duarte fala sobre sua personagem



Fonte: GShow - Programa Encontro com Fátima Bernardes, de 31 de julho 2017³⁵.

Figura 5: Paula Beatriz, primeira diretora trans da rede estadual de ensino da cidade de São Paulo



Fonte: GShow - Programa Encontro com Fátima Bernardes, de 31 de julho 2017.

Figura 6 - Lam Mattos fala da construção de sua identidade de homem trans



Fonte: GShow - Programa Encontro com Fátima Bernardes, de 31 de julho 2017.

³⁵ O debate das questões trazidas pelas telenovelas em outros programas da grade de Rede Globo fazem parte da metodologia 360°. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 11 dez 2019.

A não aceitação pode acarretar às pessoas que se identifiquem com identidades de gênero que divergem da heteronormatividade dificuldades que podem começar ainda na escola. De acordo com Fontonari e Machado (2016), o recinto escolar no Brasil tem sido opressor para pessoas trans, o que resulta em desistência dos alunos que veem negado seu direito à educação. Perseguição e *bullying* feitos por colegas “padrão” são recorrentes no ambiente escolar, que muitas vezes leva à exclusão das pessoas diferentes da “norma”, como é caso de jovens como Luciana, estudante gaúcha em entrevista cedida a Peres:

Da escola, eu lembro das torturas. Torturas que estavam presentes nos olhares e risos que iam desde a servente e a merendeira, passando pelos professores e a diretora, até os colegas de sala e de recreio. Mas o pior mesmo era um guri da minha idade que me perseguia o tempo todo, que me falava grosserias: ‘seu viado, vê se cria jeito de homem, seu safado, quando a gente te pegar você vai ver só, você vai aprender a virar homem, vai aprender a parar de ficar com essa mãozinha se requebrando’. Quando eu via aquele guri eu entrava em pânico e pensava: meu Deus, lá vem aquele Hitler de novo? Enquanto ficava nas ameaças eu aguentava, mas o pior foi quando ao sair da escola, eu levei uma chuva de pedradas que me machucaram muito e tive que fazer vários curativos. Mesmo assim eu ainda aguentei muito até terminar a oitava série. Depois disso, nunca mais quis saber de escola (PERES, 2010, p. 63).

Para Peres (2010), a escola possui um modelo defasado pelo fato de ter sido criada dentro de uma lógica que se enraizou no tempo sem uma preparação para absorver as mudanças e práticas que moldam a sociedade na contemporaneidade. Ao resistir a essa nova conjuntura social, a escola não abre espaço para outros paradigmas curriculares e programas educacionais inclusivos que ainda são tímidos. As relações interpessoais de professores e funcionários com pessoas de gêneros diferentes do que dita a heteronormatividade nas escolas esbarram no preconceito que faz com que muitos travestis, transexuais e transgêneros desistam do ano letivo e poucos consigam concluir o segundo grau. Piadas, xingamentos e agressões verbais e físicas fazem parte do cotidiano destas pessoas no universo escolar no Brasil.

Ao refletir sobre os temas considerados transversais pelo MEC (Ministério da Educação), Peres (2010) afirma que as questões sobre diversidade sexual estão entre as pautas que causam maior desconforto entre os operadores da educação, por não saberem lidar muitas vezes com assuntos relacionados a gays e lésbicas. A inquietação se desdobra quando a temática se amplia para questões relacionadas a LGBTQIA+. Ao apresentarem despreparo, os técnicos em educação deixam de contribuir para a abertura de um diálogo com essas pessoas, que vêm se fortalecendo e lutando para que seus direitos sejam respeitados. Dessa forma, se houvesse maior compromisso da escola em tratar de tais temas, poderíamos assistir à diminuição ou

erradicação do preconceito contra transgêneros, gays, população negra, refugiados, no sentido de tornar o mundo escolar um espaço de acolhimento, segurança para todas as pessoas, sem qualquer tipo de discriminação.

Iberê Dias, juiz da Infância e Juventude, um dos convidados do anteriormente citado programa *Encontro*, reafirmou ser a situação de exclusão e evasão escolar a fundamental e a maior das dificuldades com que tem que lidar na vara da infância. De acordo com o juiz: “raramente adolescentes trans conseguem concluir o ensino médio, ou pelo menos têm mais dificuldades para concluir do que outros adolescentes não trans” (GSHOW, 2017)³⁶. Isso acontece, segundo o juiz, em razão do *bullying* porque não é fácil ter que passar cinco anos sofrendo agressões e xingamentos em razão da sua identidade de gênero e, quando acham que podem contar com apoio dos professores, estes, por desconhecerem as questões relacionadas às pessoas LGBTQIA+, tomam atitudes inadequadas e – por que não dizer? – irresponsáveis. Como exemplo, Dias cita o caso de Suélen, que sempre se travestiu de mulher na escola. Certa vez, foi encaminhada pelos professores ao consultório médico, e, em outra situação ainda pior, foi enviada para um ritual de exorcismo. Para o juiz, tais encaminhamentos realizados pela escola se apresentam equivocados e preconceituosos e carecem de urgente capacitação sobre diversidade sexual para esses profissionais.

De acordo com Peres (2010), a primeira problemática no âmbito escolar faz referência à identidade de gênero. Muitas pessoas não sabem, por exemplo, como se reportar a transgêneros, travestis e transexuais – muitos os consideram homossexuais. Para Silva e Sampaio (2016), “um transgênero não é, obrigatoriamente, um homossexual” (SILVA; SAMPAIO, 2016, p. 2) e o que define uma identidade de gênero é como a pessoa se construiu a partir dos entendimentos cognitivos que fazem sentido para sua realidade. O despreparo para as questões de identidade de gênero da criança e adolescente é uma questão que gera preocupações há bastante tempo, segundo pesquisa realizada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), no início dos anos 2000.

Durante a apresentação do *Encontro*, Fátima Bernardes levanta a discussão acerca do *bullying* e preconceito que afastam as pessoas da escola. O resultado disso é que estas pessoas que não conseguem ir à escola, não se capacitam e, em consequência, não conseguem arrumar emprego e muitas vezes estão suscetíveis a se tornarem profissionais do sexo.

³⁶ Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 11 dez 2019.

A questão do nome social é discutida pelo fato de que, quando essas pessoas vão a uma entrevista de trabalho e ao terem suas identidades trans reveladas, geralmente não conseguem a vaga. O episódio 134 de *A Força do Querer*, exibido no dia 6 de setembro de 2017, ilustra bem a situação. Logo após a transição de gênero, os pais de Ivana se negam a lhe dar a mesada para tentar reverter a decisão da filha que, agora com aparência masculina, encontra dificuldades de arranjar trabalho. Transcrevemos o diálogo entre Ivana e Nonato (Silvero Pereira), motorista durante o dia e que de noite se traveste de Elis Miranda, em uma homenagem às cantoras Elis Regina e Carmem Miranda. A cena retrata a discriminação que Ivana/Ivan enfrenta ao procurar trabalho com um nome feminino e com aparência masculina.

Ivana/Ivan: Elis?

Nonato/Elis: E aí? Conseguiu alguma coisa?

Ivana/Ivan: Nada, nem na boutique que a Cibelle indicou, nem na ótica, em lugar nenhum. Você liga lá tem vaga, mas quando eles olham pra você, pra sua cara, a vaga tá ocupada, você é jovem demais.

Nonato/Elis: Eu falei que ia ser difícil, é a barra que todo mundo enfrenta, meu amor. Agora você entende porque eu tive que criar o Nonato? Era isso ou rodar a bolsinha na rua.

Ivana/Ivan: Pois é...eu vou tentar mais duas vagas aqui, eu tô falando que eu sou Ivan, mas quando mostro o documento, eles veem que não é você... Tá bom, eu vou te mandando notícia, tchau. (A FORÇA DO QUERER, 6 set. 2017).

As cenas têm um finalidade socioeducativa, ao narrarem a travessia de pessoas trans que sofrem preconceito para conseguir emprego. Lam Mattos, coordenador nacional do Instituto Brasileiro de Transmasculinidade, narra situação semelhante durante o programa *Encontro*: “às vezes, a gente participa de uma entrevista de trabalho quando não tem documento retificado. Tem uma vaga X de trabalho, eu vou, faço a entrevista, quando entrego os documentos e as pessoas descobrem que eu sou uma pessoa trans, automaticamente, eu perco a vaga” (GSHOW, 2017)³⁷.

O juiz Iberê Dias, ainda durante o *Encontro*, afirma que falta capacitação e não qualificação das pessoas trans para o mercado de trabalho em decorrência da evasão escolar. Isso leva a outra problemática que é a dificuldade de se inserir no mercado de trabalho principalmente quando o nome nos documentos pessoais diverge da aparência física. Conforme explica Schwach *et al.* (2017), são de suma importância as discussões sobre as causas das

³⁷ Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 11 dez 2019.

peessoas transgênero, no sentido de ampliarem a aceitação dos nomes sociais reivindicados por estes grupos em estado de vulnerabilidade social para serem respeitados e exercerem o pleno direito à cidadania.

Diante de um cenário de agressões e falta de respeito à comunidade trans e travesti, o governo federal publicou o decreto presidencial de nº 8.727/2016, que dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal. Ou seja, se o indivíduo nasce com o nome de Maria na certidão de nascimento e ela quer ser chamada de João na folha de ponto do emprego, ela pode solicitar que o nome social esteja incluso junto ao nome civil em todos os documentos federais. A partir de 2017, a inclusão do nome social também foi garantida no documento de Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) junto à Receita Federal. Para Schwach *et al.* (2017), “a mudança e reconhecimento de nome social dos trans constitui, assim, um elemento determinante da identidade dessas pessoas, reduzindo a sensação de marginalidade e promovendo a sua inclusão social” (SCHWACH *et al.*, 2017, p. 324).

No episódio 139, exibido no dia 12 de setembro de 2017, Ivana insiste para que o pai lhe entregue a certidão de nascimento. Eugênio pede a Ivan que o deixe respirar: “é muito difícil ver você assim, me perturba, Ivana”. Ivana reafirma que é Ivan e justifica dizendo que é muito difícil viver em sociedade quando o seu nome não condiz com a sua aparência. Pelo fato de haver muito preconceito e desconforto, Eugênio (Dan Stulbach) questiona se Ivana não está se precipitando. Ivana desconversa ao perguntar ao pai se Ivan é um nome bonito. Eugênio vai aos prantos e diz que, para ele, “é muito difícil não ver mais aquela minha princesinha que não existe mais”. Após muita relutância, no episódio 143, exibido no dia 16 de setembro de 2017, depois de pesquisar sobre o universo trans e perceber os dilemas vivenciados por essa parcela da população, Eugênio decide entregar a certidão para que Ivana faça a transição de gênero. As ações socioeducativas nestes episódios apresentam cenas de compreensão e entendimento do processo pelo qual a filha está passando, apesar do sofrimento do pai em aceitar suas mudanças corporais e do nome social.

O processo de transição de gênero da personagem foi acompanhado pelos programas *Vídeo Show* e *Globo Repórter*. O segundo realizou uma edição especial sobre as questões, apresentadas pela trama. Na abertura do programa, o apresentador e jornalista Sérgio Chapelin destacou a importância da narrativa de Glória Perez pelo fato de ter mesclado ficção e realidade como poucas produções teledramatúrgicas haviam realizado. Dentro da perspectiva do programa, vamos focar na transformação da Ivana em Ivan, que foi acompanhada pela produção. Ao narrar a trajetória da personagem, a matéria destaca que um tema considerado

tabu estava todos os dias nas casas de milhões de brasileiros, realidade de uma vida sofrida que ajudou muita gente a compreender o que é ser transgênero.

Em entrevista à jornalista Isabella Assumpção, ainda no Globo Repórter, a autora Glória Perez explicou que, durante a pesquisa para compor a personagem, uma das mães de um filho trans relatou que precisava ter a fotos da filha ainda enquanto mulher com uma aparência feminina. Isto a ajudava a fazer o *link* porque, caso contrário, a mãe não conseguia absorver a ideia de ter um filho que, em um curto período de tempo, já chegou barbado e com corpo masculino sem que ela tivesse memória de ter tido esse filho. Para ajudar no trabalho de Glória, Tarso Brant³⁸, ator e modelo transgênero, inspirou a autora, que o inseriu na novela para ajudar a informar e quebrar o preconceito das pessoas.

Em entrevista a Hélder Duarte, Tarso afirma que a novela ajudou a sociedade a compreender e ter informação, por isso não tem nem palavras para qualificar a amplitude do trabalho social proporcionado pela novela da Rede Globo. A escritora Helena Vieira, uma das consultoras de *A Força do Querer* e candidata a deputada federal do PSOL pelo Ceará, em entrevista (FÁBIO, 2018)³⁹, afirmou que, apesar das limitações da produção, até pelo fato de ser uma obra voltada para o mercado, a novela possibilitou que o público pudesse perceber a obra pelo olhar de uma pessoa trans e, a partir de então, se tornasse sensível à causa. Helena continua a reflexão:

A Globo está inserida no sistema produtivo, é uma empresa e tem interesse em lucrar, e a função ou objetivo da novela não é fazer ativismo, é entreter. Mas precisamos usar as ferramentas do mundo, que às vezes não são ideais. (...) A mãe de um amigo meu, um menino trans, assiste à novela. Ela não deixava ele sair com roupa de menino na rua, mas começou a permitir porque começou a ver o sofrimento dentro de outra perspectiva. Isso é importante, mas não é revolucionário (FÁBIO, 2018, s/p)⁴⁰.

Carol Duarte, atriz que até então não tinha feito nenhum papel na televisão, fez sua estreia no *prime time* da maior emissora do país em uma produção com um tema considerado polêmico e que muitas pessoas não sabiam do que se tratava. O crítico de novela Nilson Xavier (2017) publicou em seu portal que, apesar da Globo ter abordado a temática transgênero em outras narrativas ainda de modo superficial e em contexto diferente, o drama de Ivana/Ivan foi apresentado como em nenhuma novela até então de forma tão contundente.

³⁸ Tarso Brant, nome artístico de Tarso Alexandre da Silva Borges, é um ator e modelo transgênero brasileiro.

³⁹ Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/06/02/As-conquistas-e-a-visibilidade-trans-em-2018>. Acesso em: 24 jan. 2019.

⁴⁰ Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/06/02/As-conquistas-e-a-visibilidade-trans-em-2018>. Acesso em: 24 jan. 2019.

Carol Duarte afirmou, em entrevista ao *Globo Repórter*, que, ao ser aceita no teste para dar vida à personagem, não teve outra alternativa a não ser se aprofundar no universo transgênero. Durante o processo de caracterização que demorava mais de duas horas para colocar os fios postiços de barba, a atriz afirmava estar empolgada em ser uma janela para tantas pessoas que sofreram em razão da rejeição vivida.

Figuras 7, 8 e 9 – Especial *Globo Repórter* sobre temas tratados em *A Força do Querer*



Fonte: *Globo Repórter*, exibido em 20 de outubro de 2017⁴¹.

A temática foi abordada no programa *Fantástico* fazendo referência à telenovela *A Força do Querer* através da série *Quem sou eu*, que tratou da luta de pessoas trans que viveram o dilema a vida toda até tomarem coragem de contar à família sobre sua condição de gênero. Ao rerepresentar a cena de Ivana, o programa, que une jornalismo e entretenimento, mostra trajetória de Dante, homem trans com história similar à da personagem, e que pôde assistir à cena em que a personagem anuncia ser trans de frente para a família toda reunida. Dante relatou que o sentimento de muitos amigos trans é o mesmo vivido por Ivana: o medo da rejeição e de até serem expulsos de casa. No caso dele, afirma ter tido a aceitação da mãe e dos irmãos, mas que é uma exceção à regra. Na época, Dante relatou que havia dois anos que fazia tratamento hormonal oferecido pelo Sistema Único de Saúde (SUS), e que havia feito a cirurgia de mastectomia para a retirada dos seios, realizada com recursos próprios por ainda não ser oferecida de forma gratuita.

⁴¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=95XYI0g38SE>. Acesso em: 11 dez. 2019.

Figura 10 - *Fantástico* repercute temática sobre identidade trans em série de reportagens



Fonte: Globo.com/Fantástico, exibido em 22 de outubro de 2017⁴².

A série do *Fantástico* abordou casos de crianças trans que mudaram de gênero aos nove anos de idade, adolescentes que passaram por tratamento hormonal para ganhar traços físicos masculinos; e o exemplo da criança gerada e amamentada pelo pai, além do episódio de Luiza, que nasceu em corpo de menino, mas procurou cirurgia para se ver em um corpo de mulher, com o qual sempre se identificou desde pequena.

Conforme explicam Pereira e Chazan (2019), o acesso à assistência à saúde pública no Brasil para pessoas trans ainda enfrenta muitas barreiras e desafios, dentre eles o fato dos profissionais de saúde se negarem a tocar no corpo de pessoas trans ou travestis, o que pode enfraquecer o tratamento e provocar o afastamento dos pacientes que por se sentirem rejeitadas, temem sofrer maus tratos. Muitos profissionais médicos e enfermeiros associam qualquer patologia associada a esse público à infecção por HIV/aids. Outros fatores que geram desconfortos são a não observação do nome social e quaisquer sintomas em pessoas trans serem associados ao uso de hormônios para a mudança no corpo e na fala. Muitas pessoas trans reclamam do preconceito, da falta de acolhimento e da indiferença durante o atendimento por parte dos profissionais de saúde, dentre outros fatores negligenciadores.

⁴² Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/09/dante-e-familia-revivem-dias-de-revelacao-com-forca-do-querer.html>. Acesso em: 11 dez. 2019.

De acordo com Rocon *et al.* (2018), as estratégias que transformam o corpo biológico em um corpo transgênero variam, passando pelo uso de hormônios, aplicação de silicone em várias partes do corpo (seios, nádegas, coxas, entre outras regiões), cirurgias com efeitos mais rápidos, como a mastectomia para remoção das mamas, histerectomia para retirada do útero e a transgenitalização, que provoca a mudança dos órgãos genitais, dentre outros processos que se dão em conformidade com as vontades de cada indivíduo em consonância com as orientações médicas, socioeconômicas e subjetividades de quem irá se submeter a tais procedimentos.

Considerando que as mudanças corporais são etapas indispensáveis no processo de transição de gênero, os autores destacam a preocupação com as questões relativas à saúde e adoecimento deste público, em que muitos tiram sua subsistência de atividades relacionadas ao comércio sexual e não dispõem na maioria das vezes de recursos financeiros para dar adiantamento ao processo de transição. Em consequência disso, acabam diagnosticadas com o quadro de adoecimento pelo uso de hormônios sem prescrição médica, enfrentando limitação financeira para utilizar recursos de manutenção da estética e custear despesas com saúde privada quando ocorrem complicações decorrentes da utilização de silicone industrial, além de adoecimento mental.

Na busca de melhorar a atenção à saúde do público trans, foi autorizada a criação do Processo Transexualizador do SUS, pelo Ministério da Saúde, em 2008, o que significou um avanço no que se refere à promoção da saúde da comunidade transgênero no Brasil pelo fato de reconhecer a necessidade de transformação dos corpos como uma questão de saúde pública. A partir de então as pessoas começaram a ter um acompanhamento de tratamento com aplicação de hormonioterapia, acesso a alguns tipos de cirurgias gratuitas, como a retirada do pomo de adão da garganta, e outros serviços que foram sendo ampliados à medida que o assunto foi tomando maior proporção e visibilidade na mídia, especialmente a partir da pressão dos movimentos de pessoas trans, em sua luta por direitos e respeito à dignidade humana.

As pautas sobre diversidade sexual e de gênero vêm sendo recorrentes na grade de programação global nos últimos anos. Dentro desta perspectiva, colaborando para a discussão para ser retroalimentada em toda rede, a emissora criou os *Cadernos Globo*, mais uma ferramenta para fomentar o debate e ampliar as discussões em favor de temas considerados polêmicos.

Em junho de 2017, foi lançado o 12º volume dos *Cadernos Globo*, intitulado *Corpo: Artigo Indefinido*, que trata de questões sobre desigualdade e equidade entre os gêneros, feminismo, violência, direitos civis, entre outros assuntos, sem pretender esgotar a problemática. No mesmo ano, o grupo Globo esquematizou o assunto em diferentes programas

ligados ao entretenimento e ao jornalismo e que citamos a seguir: *Amor & Sexo*, *Liberdade de Gênero* (GNT), *Curta Universitário: Além da Norma*, com recursos de produção apoiados pela emissora através do *Canal Futura*; novela *A Força do Querer*, quadro *Quem sou eu?*, do *Fantástico*, e o tema do *Profissão Repórter: Jovens Homossexuais e Transexuais falam da dificuldade que vivem*.

Figura 11 - Novela, programas e curtas apoiados pela Globo que abordaram questões de gênero e sexualidade



Fonte: Cadernos Globo, 2017⁴³

A partir de um fórum realizado nos estúdios Globo, depoimentos de pessoas trans, pesquisadores e estudiosos no assunto serviram para compor o 12º volume da publicação. Os *Cadernos Globo* são direcionados para o meio universitário e fazem parte de um extenso projeto de relacionamento entre as organizações da empresa com o sistema universitário. O lançamento do caderno voltado para o público LGBTQIA+ ocorreu no dia 28 de junho de 2017, dia Internacional do Orgulho LGBT, com encontros que discutiram, entre outros assuntos, políticas públicas para beneficiamento das questões de diversidade. O evento contou com a presença de lideranças trans personalidades que escreveram artigos e ensaios publicados para o *Caderno*, além da participação do ator Silvero Pereira, que interpretou a travesti transformista e o motorista Nonato em *A Força do Querer*. De acordo com a declaração da executiva de responsabilidade social da emissora, Beatriz Azeredo, ao Globo Universidade, a confecção dos *Cadernos Globo* fez parte da campanha *Tudo começa pelo respeito*, que destacou a causa de

⁴³ Disponível em: <http://app.cadernosglobo.com.br/banca/volume-12/>. Acesso em: 11 dez. 2019.

homens e mulheres trans por meio de mais um filme veiculado nos intervalos da programação encabeçada pela Globo, em parceria com as Nações Unidas e outras instituições, com a proposta de gerar não apenas tolerância, mas também respeito e diálogo entre as diferenças (GLOBO UNIVERSIDADE, 2017).

A publicação reforça a importância de ampliarmos o assunto até então pouco abordado, como afirmou Beatriz Azeredo, em entrevista ao Globo Universidade, que o lançamento desta edição em particular foi um momento aguardado pela equipe de responsabilidade social pela possibilidade de “abrir um espaço de diálogo, reflexão e informação é fundamental para quebrar as barreiras de preconceitos e ajudar a ter uma percepção de convívio na diversidade direito de garantias de todos e todas” (GLOBO UNIVERSIDADE, 2017)⁴⁴.

Arethusa Sidelly e Paul Parra, alunos de mestrado em Sociologia e Direito da Universidade Federal Fluminense – UFF e em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, respectivamente, falam da importância dos diálogos plurais que o encontro aborda; Parra acrescenta: “não é algo de minoria, afeta nossa condição de sociedade como um todo” (PARRA, 2017).

Durante o evento, Michele Seixas, ativista e integrante da Articulação Brasileira de Lésbicas (ABL), lembrou que o Brasil é o país mais violento e que mais mata pessoas LGBTQIA+ no mundo. Este dado é apresentado no episódio 163 de *A Força do Querer*, exibido no dia 10 de outubro de 2017. Depois de ter se atrasado para ir ao show de Elis Miranda, travesti transformista (Silvero Pereira), Ivan segue em direção ao evento e esbarra sem querer em um jovem acompanhado por outros que xingam Ivan com palavrões de baixo calão. Ivan reage com gesto obsceno e de pronto é agredido fisicamente pelos homens na rua. Em consequência da surra, Ivan perde o bebê que estava esperando de Cláudio. No episódio seguinte, Ivan no corredor de um hospital público, é amparado pelos pais que, ao perceberem a gravidade da situação entendem que a condição de trans não é uma escolha. A cena ocorre no capítulo 164 e pela primeira vez Joyce se refere a Ivan como “meu filho” e depois o leva de volta para casa.

⁴⁴ Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/noticia/saiba-como-foi-o-lancamento-do-caderno-globo-corpo-artigo-indefinido.ghtml>. Acesso em: 18 out. 2019.

Figura 12: Joyce reconhece Ivan como filho⁴⁵



Fonte: Globo Play, 2017

Joyce, Ivan e Eugênio conversam

Joyce: Você não vai mais embora daqui, essa é a sua casa, essa é a sua família.

Ivan: Mãe (gemendo)

Joyce: Ninguém mais vai maltratar você. Ninguém.

Eugênio: Eu não me conformo que, que ninguém tenha feito nada, ninguém tenha feito nada para impedir aqueles vândalos, aqueles... Nada! Nada! Ninguém reagiu ninguém não...

Ivan As pessoas têm medo, pai.

Joyce: Olharam pra você e saíram batendo, foi isso?

Ivan: Agora você entende que ninguém escolhe isso, mãe? Entende? (A FORÇA DO QUERER, 11 out. 2017).

Ao ver o filho agonizando no corredor do hospital e ao perceber o quanto Ivan sofre por ser quem é, a mãe enfim compreende sua dor. Nestas cenas se concentram ações socioeducativas mais diretas que mostram que o preconceito e a rejeição principalmente por pessoas próximas ou familiares podem levar a consequências desastrosas e até à morte, como ocorreu com a perda do bebê que Ivan esperava. Ao retratar a violência sofrida e a rejeição da família sobretudo da mãe, através da melodramaticidade das cenas, a novela intenta sensibilizar os espectadores sobre as formas de preconceito que os pais impõem aos filhos, que os faz sair

⁴⁵ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6211593/>. Acesso em: 11 dez. 2019.

de casa e enfrentar a sociedade, pouco preparada para lidar com as questões de gênero. Na cena pós-agressão, depois de receber alta, Ivan é levado para casa e a relação, com base no diálogo entre mãe, pai e filho passa por uma reviravolta, trazendo elementos de acolhimento e aceitação. As cenas demonstraram ainda mais a evidência do caráter socioeducativo da telenovela quando a mãe, depois de tanto rejeitar a decisão, diante das circunstâncias, decide apoiar o filho, além de descrever a realidade causada pela transfobia, implicada em atos preconceituosos e discriminatórios contra pessoas transexuais ou travestis.

No Brasil, a punição a estes crimes deixa a desejar e abre espaço para reforçar preconceitos e crimes contra os direitos humanos, explicam Chagas e Nascimento (2017). Em junho de 2019, houve um avanço nas lutas em favor das questões de gênero: o Supremo Tribunal Federal (STF), permitiu a criminalização de atos de homofobia e transfobia. Atos de ofensas e agressões a este público devem ser enquadrados na mesma lei que pune por crime de racismo até que se crie uma lei específica, podendo chegar a três anos de prisão e multa. Caso haja algum agravante como divulgação e difamação de atos preconceituosos na internet, a pena pode chegar a cinco anos.

Após atender algumas das solicitações da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas e Transgêneros (ABGLT) e do Partido da Cidadania, o Supremo faz o Brasil se tornar a 43ª nação a criminalizar atos de homofobia. Enquanto a comunidade LGBTQIA+ apresentava argumentos em prol de liberdade e respeito, na mesma ocasião, grupos religiosos ligados às igrejas católicas e evangélicas entraram em defesa da liberdade religiosa. A Associação Nacional de Juristas Evangélicos (ANAJURE) emitiu nota por considerar que todas as religiões ontologicamente acreditam que a homossexualidade é um ato pecaminoso ou que vai contra os princípios e valores morais e, por essa razão, não deve ser rechaçado pela justiça. De acordo com a matéria de Bárbieri e Oliveira (2018), após as ressalvas acerca de tais questões em templos religiosos ficou decidido o seguinte: 1. não será considerado crime os religiosos falarem que são contra relações homossexuais; 2. será considerado crime quaisquer tipos de incitação ou indução ao preconceito e discriminação em templos ou ambientes religiosos.

As telenovelas vêm apresentando tabus que refletem a sociedade brasileira. Cassaro (2018) explica que o significado da palavra *tabu* tem a ver com práticas de atividades proibidas pela sociedade que atentem contra a moral, costumes e cultura de um povo e região, sendo essas não aceitas, são consideradas atos reprováveis e impuros por um grupo de pessoas ligado a religiões, culturas.

Nos últimos anos vêm sendo apresentados temas que fogem ao “usual”, como o empoderamento feminino, negros protagonistas – que sempre foram historicamente mostrados

apenas na cozinha e na senzala – e questões de diversidade. Em *A Força do Querer*, além da abordagem central na personagem trans de Ivana/Ivan, a narrativa contemplou mais dois personagens: a travesti Elis Miranda (vivida por Silvero Pereira), que serviu para informar, educar e reforçar as diferenças entre uma pessoa transexual de uma travesti, de forma didática, quando em uma cena aparecia Ivana questionando sobre não se reconhecer no próprio corpo. Os conflitos vivenciados eram respondidos na cena seguinte por Elis Miranda, que explicava para a amiga Biga (Mariana Xavier) e para o público telespectador as diferenças entre os gêneros, ao afirmar que era feliz em ser travesti e que não pretendia mudar nada no corpo físico, ao passo que as pessoas trans vivem um dilema por não se sentirem confortáveis no corpo que nasceu. Houve outra personagem, Mira, interpretada por Maria Clara Spinelli, atriz transexual para dar vida a uma personagem cisgênero⁴⁶.

No decorrer da narrativa de *A Força do Querer*, a personagem (Ivana depois de ter se tornado Ivan) sente a necessidade de usar o banheiro público de um *shopping* e, ao entrar no banheiro masculino ouve piadas homofóbicas e não consegue fazer as necessidades fisiológicas por medo de ser agredido. Por incentivo da prima Silvana, tenta usar um banheiro feminino e, ao fazê-lo, sofre ameaça de uma mulher, dizendo que vai chamar a segurança.

Essas são experiências vivenciadas por pessoas transgênero, como afirma Lam Mattos na ocasião do lançamento dos *Cadernos Globo*, promovido pelo Globo Universidade, ao admitir que, apesar de ter uma aparência masculina e as pessoas não o identificarem como um transexual nas ruas, ainda teme sofrer agressão ao entrar em um banheiro público, pelo fato da violência e do machismo atingirem e matarem também homens trans (CORPO, 2017). No início de 2020, um caso semelhante que viralizou nas redes sociais aconteceu com Hellen, mulher trans que foi impedida de usar um banheiro feminino num *shopping* em Maceió. Indignada, Hellen gritou dentro do *shopping* para as câmeras do recinto e para os transeuntes como uma maneira de registrar o preconceito sofrido⁴⁷. As cenas extraídas da novela e vivenciadas de forma verídica na sociedade reforçam a urgência e manutenção das ações socioeducativas no âmbito televisivo no sentido de reforçar o direito e o respeito às liberdades e diversidade de gênero.

⁴⁶ Cisgênero é o termo que abrange os indivíduos que se identificam, em todos os aspectos, com o gênero atribuído ao nascer em função do seu sexo biológico. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/identidade-genero_br_5c5b02a0e4b087104759c51a. Acesso em: 18 fev. 2020.

⁴⁷ Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/01/04/impedida-de-usar-banheiro-mulher-trans-denuncia-shopping-de-maceio.htm>. Acesso em: 20 set. 2019.

Apesar de ainda envolverem muitos preconceitos e tabus, existe certa abertura para tais discussões a partir de uma melhoria socioeconômica de algumas classes sociais (CASSARO, 2018). Estudos de recepção indicam avanços no sentido de aceitação do tema da diversidade de gênero. Os anos 2000, sobretudo, têm mostrado cenas de beijos gays de forma crescente.

Quadro 2 – A Rede Globo e a exibição dos temas gênero e sexualidade

Ano	Temas e/ou cenas
2003	<i>Mulheres Apaixonadas</i> : apresenta cena de um "selinho" roubado entre mulheres numa peça teatral.
2005	<i>América</i> : apesar de cena de beijo gay ter sido gravada, foi proibido minutos antes de ir ao ar.
2008	Minissérie <i>Queridos amigos</i> : cena de beijo roubado entre homens.
2013	<i>Amor à vida</i> : mostra pela primeira vez em horário nobre um beijo gay entre os protagonistas.
2015	<i>Babilônia</i> : O primeiro beijo entre senhoras octogenárias choca parcela conservadora da população.
2016	A novela das 23h, <i>Liberdade Liberdade</i> , exibe pela primeira vez a cena de um ato sexual entre dois homens.
2017	<i>A Força do Querer</i> apresenta uma pauta até então pouco conhecida: os transgêneros.
2018	A novela <i>Segundo Sol</i> traz a temática do poliamor. Houve também sexo e beijo gay na novela <i>O Outro Lado do Paraíso</i> .
2019	A série <i>Sob Pressão</i> mostra a relação e beijo gay entre médico e um paciente soropositivo e beijo entre homens no horário das 19h. A novela <i>Bom Sucesso</i> mostra que a temática está chegando em horários diferentes, sem necessariamente ter que ser apresentada no horário em que as crianças não possam assistir a duas pessoas do mesmo sexo numa relação afetiva.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Cassaro (2018) evidencia um fato histórico na teledramaturgia da Globo, em 2018, ano em que os principais horários de novelas apresentaram assuntos acerca de diversidade de gênero: no horário das 18h, a novela *Tempo de Amar* (de Alcides Nogueira e Bia Côrrea do Lago) traz a suposição de relação homoafetiva entre mulheres; em *Pega Pega*, novela das 19h, escrita por Cláudia Souto, apresenta romance gay que envolve um personagem delegado, figura típica representativa da masculinidade; e *O Outro Lado do Paraíso*, escrita por Walcyr Carrasco, o horário das 21h, apresentou uma relação clandestina entre um médico, casado com uma mulher, e um frentista de posto de gasolina. No decorrer da trama, o casal gay resolve se assumir e ficam juntos.

3.4 O case de *A Força do Querer* nas pautas nas redes sociais digitais

Partindo da ideia de transmidiação, um modo de produção que visa associar os produtos produzidos e distribuídos por diversas mídias e da metodologia 360 graus, em tempos de convergência, as narrativas novelísticas cada dia mais se tornam presentes nas postagens e interações do público via redes sociais digitais da Globo. Ao ultrapassar as fronteiras da televisão, os mundos criados pela ficção narrativa levam reflexão ao público que se engaja, ainda que em diferentes níveis, nas estratégias sugeridas pelo polo de emissão.

Como exemplo, citamos o capítulo de maior repercussão da narrativa, quando Ivana se assume trans para a família reunida na sala de casa: “não vai ser fácil pra eu dizer, não vai ser fácil pra vocês ouvirem. Eu não sou uma menina, eu sou um trans”, em cena do episódio 126, exibido no dia 28 de agosto de 2017, após um longo período de mais de 100 capítulos em que a autora Glória Perez desenvolveu um trabalho de sensibilização com a intenção de provocar empatia do público com a temática através da personagem.

Antes de ir ao ar pela televisão, os perfis oficiais da emissora e da autora no *Twitter* publicavam postagens de forma estratégica, a fim de gerar expectativa no público. Para mapear as postagens publicadas pela emissora nas redes sociais digitais sobre o tema, nos utilizamos da *hashtag* #AForçaDoQuerer nas ferramentas de busca da plataforma.

Os diálogos a favor ou contrários se estabelecem nas redes sociais digitais a partir daquilo que é pautado pela mídia tradicional, desde o momento em que uma novela é exibida e permanece nos debates durante o período em que as cenas estão sendo exibidas. O produto, por conseguinte, aciona interações entre os indivíduos conectados, tanto aqueles que acompanham a transmissão na emissora quanto os que se vinculam à temática de alguma maneira, seja para validá-la ou para deslegitimá-la. É neste campo que os debates ganham corpo e podem se estabelecer de diversos modos (LIMA, 2018), uma vez que vão “além dos eventos propostos pela telenovela e passando a discutir a própria relação entre telenovela e sociedade” (LIMA, 2018, p. 189).

Quadro 3 - Interações no *Twitter*

	
Interagente 1	Pena q ela ficará grávida. Muito dramalhão e muita confusão para a cabeça das pessoas. O caminho deve ser trilhado aos poucos.
Interagente 2	Concordo amigo! Achei demais tb!
Interagente 3	Achei péssimo! Estragou todo um trabalho construído até agora. Fora que ela transou há séculos!
Interagente 1	Confundir o público e confundir ainda mais a personagem. Agora q está se descobrindo vem toda alteração hormonal por conta da gravidez.
Interagente 4	Eu adorei saber que Ivan vai engravidar! Eu mesmo sugeri isso - sem saber que aparentemente estava previsto.
Interagente 1	...q a gravidez irá confundir demais as pessoas. Achei a ideia péssima!
Interagente 4	Quem tem útero, pode engravidar. Homens trans têm útero. Logo, homens trans podem engravidar. A novela tem 1 mês inteiro pra explicar isso.
Interagente 1	Um mês é pouquíssimo tempo para abordagem de um assunto tão complexo numa novela.
Interagente 4	Se em 1 mês de explicações a pessoa não entender uma coisa simples dessas, a pessoa é burra. Importante não subestimar (muito) o público.

Fonte: *Twitter* de Glória Perez⁴⁸

A cena se estende para o capítulo do dia seguinte quando Ivana enfrentou a resistência dos pais. O episódio bateu recorde de audiência e gerou grande repercussão nas redes sociais, com ao engajamento do público interagente. Ao ser exibida no dia 29 de agosto de 2017, chegou a ocupar várias vezes os *Trending Topics*⁴⁹ do *Twitter* e teve a maior média no Ibope no Rio de Janeiro e São Paulo, maiores praças do Brasil.

⁴⁸Disponível em: <<https://twitter.com/glorfperez/status/902375000040235009>>. Acesso em: 27 dez. 2019.

⁴⁹ *Trending Topics* ou TT's são uma lista em tempo real das palavras mais postadas no *Twitter* em todo o mundo. São válidos para essa lista as tagtemas e nomes próprios. A lista é exclusiva para usuários do *Twitter*, ou seja, é preciso estar logado para ter acesso aos *Trending Topics*. Disponível em: <https://tecnologia.ig.com.br/o-que-sao-e-como-funcionam-os-trending-topics/n1597175643026.html>. Acesso em: 20 set. 2019.

Depois de passar por um período de baixa audiência com as novelas desde 2012 – com *Avenida Brasil*, último grande sucesso de público – a obra de Glória Perez foi capaz de resgatar a audiência do horário⁵⁰. Depois de exibida na televisão, as cenas da revelação de Ivana para a família foram transpostas para as redes digitais. No perfil oficial da Globo no *Facebook*, visualizamos mais de 13 mil curtidas, 1.400 comentários e 559 compartilhamentos⁵¹.

Figura 13 - Ivana revela para a família que é um homem trans



Fonte: Página da Rede Globo no *Facebook*⁵².

Para Fachine *et al.* (2019), assim como o marketing se utiliza do universo diegético da narrativa para vender produtos licenciados (como objetos de uso pessoal, roupas, acessórios, maquiagem), podemos pensar nas extrações que envolvem ações socioeducativas em telenovelas, no sentido de vender não apenas produtos do entretenimento mas também valores, comportamentos, opiniões etc. Ao imbricar nas narrativas novelísticas temas que mesclam mundos reais possíveis e imaginados no plano da ficção, o resultado desta junção são as extrações que buscam refletir sobre as ações educativas no ambiente externo à televisão, com seus conflitos, debates e resoluções acerca do tema em pauta. De acordo com Sérgio Valente

⁵⁰ Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/gloria-perez-acerta-com-forca-querer-e-resgata-audiencia-e-prestigio-principal-horario-de-novelas/>. Acesso em: 20 set. 2019.

⁵¹ Disponível em:

https://www.facebook.com/RedeGlobo/videos/1500807176682324/?v=1500807176682324&external_log_id=efec875e65aab45f79ea8afa00619d90&q=%23AFor%C3%A7adoQuerer. Acesso em: 20 set. 2019.

⁵² Disponível em: <https://bit.ly/2Shiej3>. Acesso em: 11 dez. 2019.

(2017), em entrevista ao portal *Meio & Mensagem*, ao ser questionado sobre como funciona a combinação da força de audiência da empresa para levar conscientização para o público, salienta que uma emissora, para ter respaldo e credibilidade do público, além da capacidade de mobilização, para dar uma visão estratégica de construção de marca, precisa procurar por especialistas em cada área para saber o que deve ser mobilizado. E a partir dos anseios da população, propõe possibilidades de distribuição de sinal que pode ocorrer através da internet, do *broadcasting TV*, da plataforma paga da *Globo Play*, entre outras.

Estimuladas pelo fenômeno da transmidiação, as ações socioeducativas das telenovelas, notadamente as da Rede Globo, vêm tomando outros espaços de propagação que ressoam e retroalimentam os produtos da ficção fora do ambiente televisivo, sobretudo em plataformas virtuais, facilitados pelas conversações em rede através da *social TV* e colaboração dos fãs aficionados pelas narrativas por meio da cultura participativa via redes sociais e aplicativos.

De acordo com Gouveia *et al.* (2019), o *merchandising* social ou ações socioeducativas presente nas produções da emissora vem ampliando seu espaço destinado à causa LGBTQIA+ nos últimos anos, conforme Sérgio Valente (em entrevista mencionada anteriormente) a área de responsabilidade social possui as frentes de trabalho como os Direitos Humanos, pilar responsável pelo tema *trans*. Tais assuntos, ao serem abordados na programação contam com curadoria técnica específica de cada área, contudo, cabe ao autor e sua equipe de colaboradores a faculdade de inserir os temas que serão trabalhados durante os meses de exibição. Com aprovação da alta cúpula da emissora, a equipe de responsabilidade social fica à disposição de auxiliar no que for necessário.

Beatriz Azeredo (GLOBO UNIVERSIDADE, 2017) negou qualquer favorecimento às questões de diversidade sexual na teledramaturgia por parte da empresa e afirmou ser essa abordagem uma consequência em função das transformações que a sociedade tem vivenciado. Ao abordar a transformação de Ivana de uma forma progressiva, a novela proporcionou visibilidade à comunidade trans ao fugir das características estereotipadas comumente presentes nas narrativas. Após a declaração para a família, Ivana tenta explicar o que se passa com o corpo e na sequência dá início ao processo de transição para vir a se tornar um homem trans. O diálogo da cena a seguir exibida no episódio 127, no dia 29 de agosto de 2017, ilustra o enfrentamento sobre a decisão:

Ivana: Eu nasci um menino. Eu passei a vida toda brigando com o meu corpo. Mãe, me escuta, por favor. Você nunca me escuta.

Eugênio: De onde você tirou essa ideia absurda?

Ivana: Eu não sou uma mulher, eu sou um homem, eu nunca fui uma mulher.

Ruy: Então você tá se assumindo lésbica?

Ivana: Não, eu sou um homem num corpo de mulher.

Joyce: É um surto psicótico. Só pode ser.

Simone: Tia, ela é um trans. Eu te expliquei o que é isso, lembra?

Ivana: Passei a vida toda brigando com meu corpo. Eu quis morrer quando começaram a nascer esses peitos. Passei a minha vida tentando me procurar no espelho, mas não me achando. Vocês sabem o que é isso? Se sentir num vazio sem identidade nenhuma. Nesse corpo que te incomoda, machuca. Eu quero ser o que eu sou. E vou tirar esses peitos também.

Joyce: Vai se mutilar, Ivana!

Ivana: Não mãe, eu já nasci mutilada. Só vou consertar o que tem conserto. Quero ser que nem eu sou. E eu vim aqui perguntar pra vocês se me aceitam e eu tô vendo que não. (A FORÇA DO QUERER, 29 ago. 2017).

Nos ambientes on-line da emissora, as estratégias de propagação⁵³ ganham força com a continuação do debate, em função do boca a boca típico da era digital que se estende a pessoas que nem assistem aos conteúdos televisivos, mas ficam antenadas devido ao que ocorre nas redes. Segundo Borges *et al.* (2015), as interações no mundo televisivo sempre existiram, mas se potencializaram com a digitalização tecnológica. Paralelamente às cenas conflituosas em que Ivana se assume trans, ao entrar no quarto e cortar os cabelos, o grito de liberdade da personagem ecoou no perfil do *Twitter* oficial da Globo. Isto demonstra uma ação socioeducativa pelo fato de explicar para a sociedade que Ivana quer se tornar uma pessoa com um corpo com o qual ela se sinta plena. E essa decisão diz respeito somente a ela e que não há problemas em ser uma pessoa trans, ainda que parte da sociedade a rejeite.

Além das cenas na TV, a Globo propagou essas imagens nos portais e redes sociais oficiais.

⁵³ “As estratégias de propagação estão relacionadas com a ressonância e a retroalimentação dos conteúdos, subdividindo-se em conteúdos reformatados (antecipação, recuperação e remixagem) e informativos (contextuais e promocionais)” (FARIA, 2015, p. 405). Disponível em: <https://ia800109.us.archive.org/0/items/OBITELBRASIL2015/OBITEL%20BRASIL%202015.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.

Figura 14 - Libertação da Ivana



Fonte: *Twitter* da Rede Globo⁵⁴

Neste ambiente, o público interage e participa de forma próxima dos desdobramentos ao realizar as mais de 2.600 curtidas, 1.200 retweets e 57 comentários. Interessante notar que os perfis da emissora apresentaram a mudança do visual da personagem antes das cenas serem veiculadas na televisão. No dia 23 de agosto, portais de notícias Uol e Cláudia da Editora Abril mostravam imagens de Ivan a partir de plataformas da Globo⁵⁵.

⁵⁴ Disponível em: <https://twitter.com/RedeGlobo/status/902694020211552257>.. Acesso em: 11 dez. 2019.

⁵⁵ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2017/08/globo-divulga-primeira-imagem-de-ivana-de-a-forca-do-querer-com-cabelos-curtos.shtml>. Acesso em: 11 dez. 2019.

Figura 15 - Globo divulga a primeira imagem de Ivana pós-transição



Fonte: *Instagram* da Globo⁵⁶:

Nota-se uma diferença considerável entre as interações nas postagens selecionadas no *Twitter* e *Instagram* no período analisado. Enquanto que no *Twitter* observamos um número de 2.600 curtidas, o número de curtidas na página *Instagram* ultrapassa mais de 160 mil comentários.

Para Gouveia *et al.* (2019), a telenovela tem se configurado como um lugar para debater sexualidades. Após as cenas de Ivana, a Globo alimentou sites e perfis de redes sociais com palavras soltas como “Liberdade” e “Nova Vida”, no intuito de incentivar a aceitação, a diminuição da intolerância e encorajar as pessoas a serem o que elas realmente são. Temas como sexualidade, racismo e violência levam a debates que geram controvérsias nas redes digitais e, a partir dessas, são extraídos temas que norteiam as estratégias transmídias das narrativas globais.

Apesar de Azeredo (GLOBO UNIVERSIDADE, 2017) negar favorecimento às questões sobre sexualidade como vimos anteriormente, de acordo com Fachine *et al.* (2019), há aumento significativo, nos últimos anos, em relação à temática LGBTQIA+, contabilizando

⁵⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BYJLjkqA3DM/>, Acesso em: 11 dez. 2019.

números de 2011 até ano de 2018, de 33 produções de telenovelas que abordaram este tema, onde a maioria apresentou homens gays. Amparadas na agenda dos movimentos sociais, iniciadas no início dos anos 2000, as pautas sobre gênero e sexualidade se ampliaram na televisão com a orientação de não mais apresentarem personagens gays caricatos que pode levar a atitudes homofóbicas. Segundo Gouveia (2019), na história da televisão brasileira os personagens homossexuais são tratados com discriminação e deboche, conforme o histórico de narrativas brasileiras com base no livro *A TV no armário* (2010), de Irineu Ramos Ribeiro, que apresenta dados que confirmam a discriminação em função da orientação sexual.

De acordo com Lima (2018), o contexto da convergência midiática estimula a participação e expressão do consumidor nos debates e comentários polêmicos e, portanto, é necessário analisar como a televisão e, sobretudo, a telenovela tem absorvido esse espaço público povoado pelas redes sociais digitais para continuar ocupando um lugar de fala em meio a tantos novos formatos de comunicação. Considerando que a temática sobre sexualidade é tratada de forma profunda na teledramaturgia e que o departamento de responsabilidade social da casa, em consonância com a garantia dos direitos humanos, busca mudar o comportamento das pessoas e promover os respeito às diferenças, em determinado momento da trama de *A Força do Querer*, quando Ivan se descobre grávido, as discussões e debates aumentam nas plataformas de redes sociais.

De forma estratégica, as postagens nos perfis oficiais da emissora são parciais no sentido de dar força para Ivana/Ivan conseguir realizar o que sempre almejou sem considerar os comentários de pessoas contrárias, conservadores a exemplo de evangélicos e pessoas homofóbicas que taxam a Globo de fazer apologia aos gays e xingam a emissora de “globosta” e “globalixo”. Segundo postula Lima (2018), o perfil oficial do *GShow* – que enquanto portal detém a grande maioria dos produtos expandidos e propagados de ações e estratégias transmídia além de outros programas como jornalismo e entretenimento da emissora – no *Twitter* e *Facebook* saíram em defesa da personagem e da causa transgênero, como vemos abaixo:

Figura 16 - Repercussão no Twitter



Fonte: GShow⁵⁷

Figura 17 - Repercussão no Twitter



Fonte: GShow⁵⁸

Ao recuperarmos a *hashtag* #Ivana, #AForçaDoQuerer no *Twitter* e no *Instagram*, encontramos centenas de comentários diversos a respeito das cenas às quais nos referimos. Ao se postar um comentário em uma dada plataforma de rede social, espera-se que outros comentem para que, por meio da interação, possamos observar como se dá a participação do público; o período em que tais conversações ocorreram também é imprescindível para realizarmos as buscas. Observamos que antes mesmo da cena de Ivana ir ao ar, perfis oficiais e do público em geral produziram alguns comentários que fogem da linha narrativa e envolvem

⁵⁷ Disponível em: <https://twitter.com/gshow/status/890742509315305472>. Acesso em: 3 dez. 2019.

⁵⁸ Disponível em: <https://twitter.com/gshow/status/902341449231982593>. Acesso em: 3 dez. 2019

assuntos de caráter pessoal em momentos distintos que se configuram em uma característica comum da rede.

Quadro 4 – Transformação da personagem Ivana/Ivan

	
Interagente 1	Gloria Perez teve a filha assassinada por 1 psicopata e "culpa a sociedade". Quer se vingar sendo um instrumento dos COMUNISTAS. CADELA DOENTE!
Interagente 2	Quero ver mijar em pé sem escorrer pela perna
Interagente 3	Mostra seu "pau" pra mim, "Ivan"
Interagente 4	Eu tô amando essa novela real, que texto, que direção, que atores, que perfeito!! Cada capítulo é uma emoção nova. Parabéns #AForcadoQuerer

Fonte: Perfil do @GShow, no Twitter.

As ações socioeducativas, mesmo quando planejadas para a aceitação e respeito à diversidade de gênero, muitas vezes não têm boa receptividade do público, como observamos nos quadros anteriores, em que constatamos posições contrárias, agressivas até, e outras a favor diante das atitudes da personagem. Apesar das pessoas usarem seus nomes próprios ou perfis *fakes* para se posicionarem quanto às postagens tanto nos perfis da Globo quanto da autora Glória Perez, resolvemos denominá-los por interagentes por considerarmos que o anonimato é condição ética para a fonte de pesquisa.

Para Lima (2018), por ensinar o engajamento do público de forma estratégica na internet, as produções de telenovelas têm expandido suas temáticas para as redes digitais com o intuito de mensurar as tendências que levam à participação das pessoas de temas como esse. Segundo Oliveira e Oliveira (2018),

a história de Ivana não só emocionou, mas também explorou de maneira inédita a história de uma pessoa trans. Sendo a primeira vez que pessoas trans foram representadas de maneira complexa, seja nos questionamentos de identidade ou na luta em resistir ao preconceito (OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2018, p. 9)

Esta análise é confirmada por Azeredo (2020), quando diz que “A novela ‘A Força do Querer’, de Glória Perez, trouxe pela primeira vez ao horário nobre o debate aprofundado sobre transexualidade. Ganhou o Troféu APCA em 4 categorias, incluindo a de melhor novela.” Dentro da perspectiva social, a novela mencionou a organização não governamental – ONG Mães pela Diversidade, onde Joyce, mãe de Ivana, busca vídeos educativos disponíveis na *Youtube* e em redes digitais da organização, como *Facebook* e *Instagram*. A ONG se trata de um coletivo de alcance nacional de mães e pais de pessoas LGBTQIA+ que buscam ajuda mútua para lidar com as dificuldades de relacionamento. A cena foi exibida no episódio de 13 de outubro de 2017 e ainda que não tenha sido explorado, serviu como divulgação para chamar a atenção do público para algo que precisa ser observado nos tempos atuais, postula Mattos (2018).

Para a presidente da ONG Mães pela Diversidade, Majú Giorgi, é muito difícil para as mães enfrentarem os desafios por que os filhos trans passam. Ao ouvirem o relato de outras mães, se fortalecem e a novela ter apresentado casos de enfrentamento e força dessas mães, fazendo com que pessoas do Brasil inteiro viessem em busca de apoio da ONG⁵⁹. Depois da menção na novela, a ONG começou a receber mais de cem mensagens diárias através do *Facebook*. Entre as diversas demandas, muitos pedem auxílio psicológico, alguns relatam as dificuldades e ideias de suicídio por não aceitarem os filhos trans, outros desabafam sobre as más condições em que vivem, entre outras questões (BARATTO, 2018).

As narrativas melodramáticas das telenovelas reforçam os enunciados instaurados na composição dos personagens através das ações educativas ou *merchandising* social que, desde o surgimento das redes sociais, têm deixado de ser exploradas apenas nas telenovelas, tendo seus conteúdos vinculados a outros suportes midiáticos, tendência típica da convergência digital, que leva pessoas a buscar novas experiências no ambiente on-line em que ideias se juntam – retornando o conceito de inteligência coletiva de Lévi (2000) – e podem ocasionar uma nova forma de poder a partir do consumo de quaisquer tipos no ambiente da cibercultura.

Pensando nesses modos de comportamento para atrair consumidores e investimentos, a Globo tem lançado ideias para as diferentes plataformas dentro deste contexto da nova

⁵⁹ Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/kz3awn/a-forca-do-querer-lgbtqia. Acesso em: 20 set. 2019.

televisão atrelada aos meios. Desde o início dos anos 2000, a emissora criou o *Globo.com*, que contempla a programação de jornalismo e entretenimento. Anos mais tarde foram, criadas páginas direcionadas às telenovelas, mas logo foram retiradas. Em 2012, foi criado o perfil oficial da Globo no *Facebook* e, em 2014, houve a criação oficial do portal *GShow*, para depositar todo o conteúdo de entretenimento, incluindo a teledramaturgia. Segundo Gouveia *et al.* (2019), a partir daí, todos os sites de telenovelas convergiram para este ambiente com *links* que dão acesso direto às redes sociais oficiais da emissora. Devido aos novos arranjos comunicacionais, a Rede Globo teve que se submeter à cultura da convergência para recuperar audiência e não perder campanhas publicitárias.

Mudanças apontadas por Gouveia *et al.* (2019), nesse momento de ubiquidade tecnológica, são o convite à interação do público com os personagens e autores através das plataformas de redes sociais. Narrativas de cunho social e educativo, típicas do estilo comunicacional de Glória Perez, alinhadas às estratégias transmídias para envolver o público que se identifica com o estilo da autora, ao inserir personagens reais em suas histórias, remetem o trabalho da autora ao conceito de “autor-modelo” de Umberto Eco. Como pontua Mattos (2019), este conceito associado a Perez é similar a uma voz que direciona o público de forma voluntária ou forçadamente a seguir o percurso do enredo quem se alinha com e segue o pensamento do autor. São os chamados “leitores-modelo”, pessoas que se interessam pela narrativa e seguem a lógica proposta pelo autor, contudo, mesmo sendo comum aos fãs de novelas, caberá ao leitor entender o processo interpretativo dentro da narrativa pois o enredo que inicialmente tem uma proposta pode tomar outros caminhos até o desfecho da trama. Isto pode acontecer principalmente hoje, quando os formatos das telenovelas são voltados para gerar discursos nas redes sociais e em portais antes, durante e depois das cenas terem sido exibidas na TV.

As ações socioeducativas no ambiente on-line têm ocorrido com frequência. As ações transmídia podem ajudar a potencializar as estratégias socioeducativas, de acordo com Ivana Fachine no encontro do Obitel, realizado em novembro de 2019. Estas ações voltadas ao segmento LGBTQIA+ estão fundamentadas no respeito às diferenças em relação aos comportamentos ditos normativos criados pela sociedade e têm tido uma resposta imediata do público, como no episódio em que Ivan descobre que estava grávido que gerou intensa movimentação na internet.

Trazer um assunto pouco debatido na nossa sociedade, mas que existe de fato, pode aterrorizar parte do público que assiste à telenovela no horário de maior audiência. Para lidar com esta possibilidade da melhor forma, é necessária uma abordagem adequada que faça

emergir assuntos fora da normatividade dentro de uma narrativa – como no caso de apresentar uma mulher que não se identifica e rejeita o seu corpo, sentindo-se desencaixada no corpo feminino, não se considerando lésbica nem intersexo (hermafrodita) – capaz de gerar empatia. Nesta perspectiva, Moreira *et al.* (2018) afirmam que a transexualidade foi retratada como nunca anteriormente em uma telenovela.

A narrativa de *A Força do Querer* revela que a sociedade precisa conhecer para poder compreender e tratar melhor o assunto. Após as questões que envolveram a transição e aceitação da transexualidade de Ivan/Ivana, a autora acrescenta à narrativa um novo elemento causador de conflito com a gravidez inesperada da personagem de um homem heterossexual que não a entende, assim como seus familiares. Na cena em que Ivan/Ivana fala que está grávido é o momento em que alguns familiares acreditam que ele/ela vai desistir de processo de transição. Vejamos o diálogo entre Eugênio (Dan Stulbach) e Ruy (Fiuk), ao saberem da notícia, no episódio 155 exibido em 30 de setembro de 2017.

Ruy: Caramba né, pai?! Que loucura tudo isso!

Eugênio: Quem sabe isso traz a Ivana de volta pra gente, quem sabe?

Ruy: Se for para parar com essa história aí de dizer que é homem.

Eugênio: Eu tenho lido muito sobre o assunto, sabe. É perturbador como a gente... como as coisas não são tão exatas, né? As coisas não são tão exatas como a gente cresce achando que são.

Ruy: É, sei lá. Do que você tá falando?

Eugênio: Ah, do preto no branco, é isso ou é aquilo, existem muitas camadas, muitas, entre os dois extremos.

Ruy: Você tá dizendo que você realmente acha que a Ivana pode ser um homem? É isso? Não, né?

Eugênio: Um trans homem, Ruy. Um trans homem.

Ruy: Pai!

Eugênio: Impressiona o quanto a gente passa a vida inteira sem enxergar o que tá ali, do nosso lado. Tanta gente passando por esse drama e eu nunca percebi que elas existiam. (A FORÇA DO QUERER, 30 set. 2017).

A cena transcrita apresenta uma reflexão acerca da rigidez que nos é imposta pelas convenções sociais. O irmão, desde o princípio, acha que a irmã surtou ou quer chamar a atenção. A mãe, Joyce, sempre rejeitou a forma como a filha se vestia e se comportava e não quis entender, nem mesmo com ajuda da terapia. Ela só aceitou a situação após Ivan ser espancado e perder o bebê. O pai, Eugênio, busca entender os conflitos pelos quais a filha está passando, ao dizer que está lendo e buscando saber mais sobre o assunto. Essa cena mostra uma

das ações socioeducativas da novela, através de uma abertura do pai, que pesquisa sobre pessoas trans para entender o que Ivan/Ivana está enfrentando e poder ajudar.

Santos e Mattos (2019) apresentam as opiniões opostas dos pais de Ivan/Ivana ao reproduzir cena veiculada em 18 de setembro de 2017, quando – na tentativa de persuadir Joyce a compreender e aceitar a situação – Eugênio pede para a esposa que leia o livro *A Viagem Solitária*, de João Nery (primeiro homem trans brasileiro a fazer a transição), que recebeu de Ivana. Mas Joyce reluta e diz: “Ivana pode doutrinar você, mas a mim ela não irá conseguir”, negando-se a fazer a leitura do livro. A narrativa apresenta dois olhares para o mesmo objeto: o da mãe que, apesar de ser uma pessoa de “classe”, educada, mostra-se ignorante e rejeita as questões colocadas pela filha; e o pai, que, de forma sensível, busca alternativas para ajudar. De acordo com Moreira *et al.* (2018), assim como parte da família não compreende o dilema da personagem da telenovela, esta é a realidade de muitas pessoas transexuais na vida real, que a teledramaturgia, ao abrir espaço para a conscientização, possibilita a ampliação do debate para outras esferas.

Além da ficção ser abordada em grupos focais, locais de trabalho, grupos de amigos, é sobretudo na internet o espaço onde as informações se proliferam instantaneamente, podendo gerar mudanças nas estruturas sociais. E, quando se trata de corpo e sexualidade, existem grupos e pessoas conservadoras que consideram que tais questões não devem ser tratadas pela TV (FECHINE *et al.*, 2019).

Apesar de terem sido fortemente criticadas, a autora e a Rede Globo receberam apoio dos movimentos LGBTQIA+ e de grupos em defesa da diversidade, por contribuem para a educação e respeito às diferenças. Por isso, é importante serem pautadas na mídia as divergências e confrontos para garantir o debate de diferentes ideias e pontos de vista⁶⁰.

As narrativas noveleiras, especialmente as da Globo, diferenciam-se das tramas de outras emissoras, no que se refere a ações socioeducativas – as principais concorrentes são SBT que geralmente apresenta produtos exportados em sua grade teledramatúrgica e a TV Record, que recentemente criou um núcleo de teledramaturgia e apresenta temáticas bíblicas– em razão do entrelaçamentos entre o mundo real e imaginado. As narrativas globais provocam ocasionando um processo de *extração* (JENKINS, 2008), ao retirarem pautas abordadas na ficção e trazê-las para serem discutidas no cotidiano. Fachine *et al.* (2019) destacam o

⁶⁰ Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/kz3awn/a-forca-do-querer-lgbtqia. Acesso em 24 out. 2019.

fenômeno, cujo conceito está relacionado à transposição de elementos do ficcional para o real e que caracteriza atualmente as narrativas transmidiáticas:

A oferta desse mundo ficcional ampliado e pervasivo estimula o envolvimento dos consumidores com as narrativas a tal ponto que, não raro, são convidados a transportá-lo para seu cotidiano e espaços reais. A transposição de elementos do mundo ficcional para o real corresponde ao fenômeno que Jenkins (2008) denominou “extração”, apontando-o como um dos princípios caracterizadores das narrativas transmídias. (FECHINE *et al.*, 2019, p.136).

Para Fechine *et al.* (2019), os assuntos se pautam em decorrência da situação sociopolítica que o país atravessa e, ao serem exibidos na novela, as ações socioeducativas emergem, com o intuito de gerar a interdiscursividade em toda a grade de programação, nas redes sociais e na internet de um modo geral. Para Baccega *et al* (2017),

as ações socioeducativas desenvolvidas em uma telenovela convocam os receptores engajados nessas temáticas a se envolverem com a narrativa. Assim como ocorre com os fãs de atores, há um propósito maior para assistirem à telenovela e interagirem nas mídias digitais (BACCEGA *et al.*, 2017, p. 65).

As plataformas de redes sociais serviram como espaço pedagógico e educativo ao incentivarem a compreensão sobre a relação homoafetiva em *A Força do Querer*, no último capítulo exibido em 20 de outubro de 2017 quando Cláudio, após voltar de viagem do exterior fica surpreso ao reencontrar e não reconhecer Ivana depois do processo de mudança de gênero. Após certa resistência, o jovem decide enfrentar o preconceito ao assumir a relação afetiva com Ivan, agora um trans homem gay, e terminam juntos e felizes no final da novela.

Cena: Ivan e Cláudio na praia

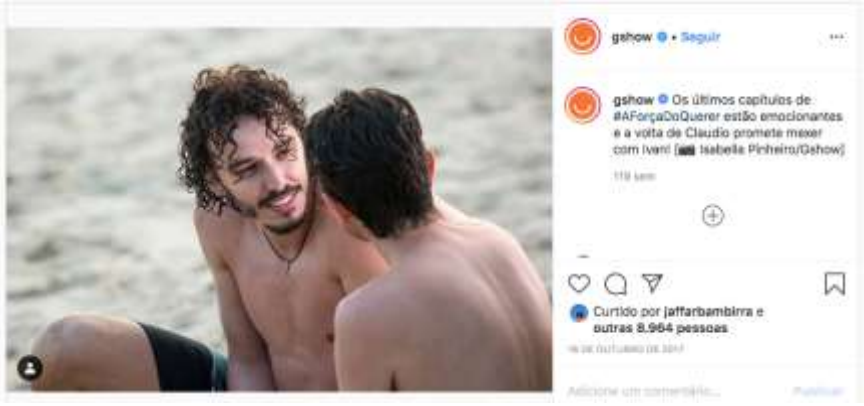
Cláudio: Oi

Ivan: Oi

Cláudio: É tão estranho te...te ver assim.

Ivan: Sou eu, Cláudio, a que vinha com você na praia, a que leu o livro pra você no hospital. (pausa) Sou eu. (Portal GShow, 2017).

Quadro 5: Reações dos internautas à cena do reencontro de Ivan e Cláudio

	
Interagente 1	Sim, mais como pode se agora ela é Ivan, ele vai virar bicha???
Interagente 2	transgênero gay
Interagente 3	não é bixa que chama não. E oxi... qual seria o problema? Um casal gay.
Interagente 4	Cena forte, Cláudio se apaixonou por Ivana ele sentia que ela não era completamente mulher. Então ele gosta dela do jeito que ela é.
Interagente 5	Ñ foram apenas os olhares do Cláudio para o Ivan q ficaram fixos nele, m

Fonte: GShow⁶¹

Ao trazer temas e abrir espaço de promoção de debates e reflexões sobre o que está agendado pela emissora em consonância com o contexto da sociedade brasileira em que a narrativa está sendo veiculada, a novela busca levar o público ao esclarecimento e à mobilização em prol dos temas abordados. Atualmente há poucos agentes sociais que não definam a telenovela no Brasil como um produto artístico e cultural capaz de propor debates sobre a cultura brasileira – e esta é uma das principais vantagens, segundo Azeredo (2020).

Para Fechine *et al.* (2019), as ações socioeducativas em telenovelas da Globo se tornou condição de extrema importância desde a criação da diretoria de responsabilidade social. De 2011 até o ano de 2017, já haviam sido registrados 1.591 quadros, dos quais quase 500 temas

⁶¹ Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/noticia/ultimo-capitulo-de-a-forca-do-querer-quebra-web.ghml>. Acesso em: 11 dez. 2019.

voltados para assuntos dedicados ao desenvolvimento de ações socioeducativas, de caráter pedagógico, dados expostos pela executiva Beatriz Azeredo durante o VI Encontro do Obitel.

Ao questionarmos sobre os impactos das ações socioeducativas causados na ambiência das redes digitais, em entrevista concedida por email em janeiro de 2020⁶², Azeredo afirmou ser difícil mensurá-los especificamente e que também não se pode atribuir as mudanças de comportamento unicamente às campanhas realizadas pela Rede Globo, pois existem muitas mediações em tempos e lugares distintos que contribuem para sua efetivação. Contudo, considera as redes sociais e a Central de Atendimento ao Consumidor como “termômetros” que auxiliam na avaliação dos impactos com ajuda dos institutos de pesquisa parceiros.

Em geral, os *feedbacks* trazem informações sobre o crescimento do número de acessos aos *sites* durante o período em que as ações estão ocorrendo e sobre dados específicos. Quando, na novela *Em Família*, de Manoel Carlos, o personagem Cadu faz uma cirurgia de transplante de coração, observou-se um aumento significativo de doação de órgãos no país, além de tantos outros exemplos, como a campanha sobre o autoexame preventivo ao câncer de mama, em *História de Amor* (1995), de Manoel Carlos e a campanha que ajudou a recuperar mais de 60 crianças em *Explode Coração* (1995). Segundo Perez (2008), essa foi a campanha com maior repercussão e continuou ativa com o fim da novela, algo incomum em outras narrativas.

“Quando recebemos esse tipo de retorno, reafirmamos que estamos no caminho certo”, avalia Azeredo (2020). Nesse sentido, fomentar discussões públicas que afetem interesses comuns com propostas que contribuam para a melhoria dos anseios da sociedade faz com que a telenovela, além de expandir sua agenda para outros meios de comunicação, viabilize o engajamento dos interagentes nos debates nas redes sociais digitais.

⁶² Cf. Anexo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao voltar no tempo e perceber as mudanças pelas quais as tecnologias de informação e comunicação vêm passando ao longo das últimas décadas, observa-se uma ressignificação dos modos tanto do processo de produção quanto do processo de recepção de mensagens. Com as mudanças promovidas pela convergência dos meios, onde o público hoje não apenas absorve como também produz o que quer consumir, tem sido gerada uma infinidade de ofertas criadas e lançadas no universo infinito da cibercultura. Essas, aliadas aos produtos tradicionais, como as telenovelas, além de levarem entretenimento, têm impulsionado atividades em prol da melhoria e bem-estar da sociedade. Desde sua origem, a televisão, enquanto meio de comunicação, visava e ainda hoje continua com a intenção de persuadir o público para o consumo. Neste sentido, a telenovela é considerada um símbolo da identidade nacional, detendo a maior parcela da audiência da TV aberta no Brasil, sendo um produto relevante nesse processo.

Neste trabalho, focamos na novela *A Força do Querer*, da TV Globo, pelo fato da emissora apresentar narrativas ao longo de mais de cinco décadas de forma ininterrupta com abordagens sociais, que enaltecem a importância do produto novelístico como o entretenimento gratuito de maior acesso da população. (CASSARO, 2018). Não por acaso escolhemos uma trama da autora Glória Perez, ícone representante das classes minoritárias, com suas telenovelas que buscam cumprir um papel de combate às exclusões sociais, respeito à dignidade humana e aceitação das diferenças. Dentre a variedade de assuntos pautados na novelas, percebemos que, com o passar dos anos, há um aprofundamento da diversidade temática no contexto LGBTQIA+.

Se, no início dos anos 1970, as narrativas tratavam apenas da presença homossexual na sociedade, em seguida, começaram a sugerir abordagens diferenciadas, que abordavam a questão gay não mais de forma generalizada estigmatizada, mas buscando destacar as nuances que envolvem as temáticas de gênero e sexualidade, que vêm obtendo crescente visibilidade no que se refere ao reconhecimento da cidadania.

Percebemos que temas considerados tabus têm ganhado maior exposição nas produções dos últimos anos, abrindo espaço para ações socioeducativas que, fundamentadas no respeito às diferenças, estimulam e provocam empatia, aceitação e promovem as questões LGBTQIA+ como uma forma de consumo diferenciado. Atualmente, ao provocar a reflexão sobre valores morais e éticos, a teledramaturgia da emissora tem apresentado a temática relacionada a LGBTQIA+ com seriedade e não apenas de forma caricata, como em épocas anteriores. Porém,

consideramos ainda que essa discussão precisa ser ampliada e aprofundada, evidenciando comportamentos que devem ser vistos como normais perante a sociedade no que se relaciona à questão de gênero.

A trama de Perez abordou a vida de um personagem trans de classe alta, que, mesmo vivenciando as angústias e rejeições, teve certo apoio e acompanhamento psicológico, o que na realidade nacional não acontece para a maioria das pessoas transgênero. A narrativa trouxe visibilidade, representatividade e alertou sobre questões homo e transfóbicas, exibir cenas de violência com a intenção de combater tais crimes. Porém, é preciso destacar que, ainda que trabalhem com representações e desigualdades de classes, as histórias da autora estão intrinsicamente ligadas ao cumprimento de papéis sociais dentro de uma perspectiva de interesse mercadológico, que almeja conquistar e fidelizar o telespectador com altos índices de audiência e, em consequência, angariar o maior número possível de empresas anunciantes

Com o advento das tecnologias digitais e da internet, o que antes se previa uma derrocada da TV aberta, hoje tem uma perspectiva diferenciada, com a integração das plataformas de redes sociais digitais como ferramentas parceiras da televisão, repercutindo e provocando debates na *web* sobre seus conteúdos. Isso se deve ao fato de que na atualidade a audiência pode ser medida/monitorada não apenas pelo número de aparelhos televisores ligados, mas também pelas interações geradas na própria internet com sua característica onipresente. O espaço virtual é onde se levantam questionamentos e se abrem espaços para debates que estimulam a participação e engajamento dos interagentes. Neste sentido, por ser uma obra aberta, a telenovela tem os seus direcionamentos guiados também pela audiência, que pode contribuir para o desfecho da narrativa.

As estratégias transmídia da Globo, ao lançarem seus conteúdos educativos para além do folhetim e dentro da lógica de expansão da "metodologia 360 graus" – que envolve toda a programação da grade tradicional e também o universo on-line – potencializam assuntos, que se articulam e reforçam o impacto das ações, que seduzem os telespectadores a “navegarem” nos mundos possíveis da teledramaturgia em qualquer hora e lugar. Ao analisarmos as cenas da personagem Ivana, que fez o processo de transição e se tornou Ivan, observamos cenas que exploravam de modo estratégico a pauta trans no sentido de mobilizar o público nas práticas da vida real. Toda a configuração da narrativa tendia para o favorecimento da temática apresentada com a intenção sugestiva de uma interpretação que provocasse empatia por parte dos telespectadores.

Embora não seja possível mensurar ou garantir a efetividade de resultados, constatamos que as ações socioeducativas serviram como colaboradoras, ao levantarem questionamentos e

proporcionar discussões públicas acerca do tema em pauta. Observamos ainda que as postagens feitas nos perfis oficiais da emissora geraram muitos comentários do público (com destaque para opiniões contraditórias e debates polêmicos no ciberespaço), ao se deparar com um tema ainda pouco discutido, com a exibição de cenas verossímeis e conflitantes. Nelas, a personagem se descobre transgênero e atravessa um percurso doloroso para realizar o processo de transição, cenas estas imprescindíveis para criar efeitos mobilizadores de empatia, compreensão e entendimento da temática.

Ainda que as ações socioeducativas em telenovelas não sejam exatamente um fenômeno novo, se tornaram mais complexas ao se manifestarem também em plataformas digitais, de alcance imensuráveis e não previsíveis, o que possibilita à Rede Globo conhecer o perfil do seu público e de como se comporta ao interagir nas suas redes. É importante destacar que mesmo sendo alvo de comentários muitas vezes agressivos e de baixo calão quanto à condução de suas narrativas, a emissora de forma estratégica permite e garante a participação dos interagentes.

A interdiscursividade propagada ou retroalimentada na dinâmica 360 graus nos programas de jornalismo e entretenimento, característica típica das estratégias transmídia, reforça o potencial da ideia de extração de Jenkins (2008). Ao retirar elementos da ficção para serem debatidos no cotidiano, apesar dos debates por vezes contraditórios e resistentes, pode-se perceber que as ações socioeducativas (campanhas e eventos), aliadas ao tema exibido na novela, surtiram efeito em razão do público ter sido favorável à decisão da mudança de gênero, dados esses que se confirmaram através da audiência. A novela resgatou o público e “celebrou a volta de altos números de audiência para o horário das nove” (LIMA, 2018) – ao apostar em uma atriz que até então não tinha realizado trabalho em televisão – levando os telespectadores a refletirem junto com o enredo, que, por se referir às questões do contexto social do país, confundem os aspectos reais e ficcionais. Os produtores podem, segundo Fechine *et al.* (2019), explorar as vivências extraídas das telenovelas em outros ambientes capazes de estimular potencialmente a participação do público nas discussões acerca das temáticas sociais.

Objetivamos nesta pesquisa adentrar o universo de *A força do Querer* para analisar e entender as ações socioeducativas da abordagem transgênero, no contexto da transmidiação. Consideramos que o assunto foi trabalhado de forma sucinta e deixou um legado. Ao ser exposto no horário nobre, o tema trouxe visibilidade à população trans, além de servir de exemplo para que tantas outras pautas pouco exploradas possam também vir à tona em narrativas televisivas, no sentido de dar voz e compreensão a grupos e pessoas marginalizadas, que ainda lutam pela garantia de direitos e cidadania. O desafio é manter as campanhas de defesa dos direitos humanos e de outras pautas relevantes mesmo após o término das produções.

Naturalmente, um trabalho de conclusão de mestrado não encerra todas as dúvidas e questionamentos a respeito de assuntos ainda considerados tabus quando exibidos na telenovela e que são expandidos para outros espaços inclusive a internet. Percebemos um direcionamento de agenda da Globo para atingir classes minoritárias, como a população LGBTQI+, e em consequência disso a emissora tem enfrentado resistências de algumas instituições e grupos conservadores.

Finalizo afirmando que a realização deste trabalho partiu de um interesse pessoal e profissional por obras de ficção da teledramaturgia brasileira, que há mais de cinco décadas, têm pautado questões sobre a realidade nacional, através de abordagens diversas que eventualmente estão em debate no contexto social e são um reflexo da sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Heloísa Buarque de. Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. In: **Revista Estudos Feministas**, v. 15, n. 1, Florianópolis, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2007000100011. Acesso em: 28 de out. 2019.
- ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. O “merchandising não social” como instrumento de validação do edutainment e da responsabilidade social. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Brasília, UnB, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1027-1.pdf>. Acesso em: 30 out. 2019.
- AMORIM, Andre (*et al*). Qual o papel da mídia na representação dos corpos Trans? In: **XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, Fortaleza-CE, 2017. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1570-1.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2018.
- AZEREDO, Beatriz. Entrevista concedida a Flávio Júnior Freitas Ferreira. João Pessoa, 9 jan. 2020. [A entrevista encontra-se como Anexo nesta dissertação]
- AZEVEDO, Juliano Cardoso de. **A experiência televisiva**: o Netflix e a cultura da recepção audiovisual *on demand* no Brasil. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos), Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <http://ppg.fumec.br/ecc/wp-content/uploads/2016/08/Dissertação-Final-Juliano-1.pdf>. Acesso em: 13 out. 2019.
- BACCEGA, Maria Aparecida; CASTRO, Gisela. Espectadores, fãs e supernovelistas: Velho Chico na cultura participativa. In: **Obitel**, 2017. Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/blog/comunicacao-digital/conheca-os-fas-da-teledramaturgia-brasileira/>. Acesso em: 31 out. 2019.
- BACCEGA, Maria Carmen J. de. [*et al*]. Fãs de telenovelas: construindo memórias – das mídias tradicionais às digitais. In: _____ (Orgs.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015. Disponível em: <https://ia600109.us.archive.org/0/items/OBITELBRASIL2015/OBITEL%20BRASIL%202015.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2019.
- BALBINO, Jéffersson. O beijo gay na teledramaturgia: uma visão panorâmica. In: **Revista de Estudos da Comunicação**, v.6, n.4, p. 382-395, set./dez., 2015. Disponível em: http://www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd1=15881&dd2=8459&dd3=pt_BR&dd99=pdf. Acesso em 22 de junho de 2018.
- BARATTO, Cristiane C. **Mães pela Diversidade**: trajetórias políticas de mulheres-mães do Rio Grande do Sul. 2018. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre-RS. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/193715/001092746.pdf?sequence=1>. Acesso em: 13 dez. 2019.
- BARGAS, Diego. Trans em “A força do querer” faz parte de estratégia por mobilização social. In: **Folha Uol, Ilustrada**, 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/08/1913533-trans-em-novela-da-globo-faz-parte-de-estrategia-por-mobilizacao-social.shtml>. Acesso em: 14 jun. 2018.

BECKER, Beatriz. Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. In: **E-compós**, v. 1, n2, Brasília, 2014. Disponível em: www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/1072/768 . Acesso em: 19 jul. 2019.

BECKER, Valdecir; GAMBARRO, Daniel; CHAUDHRY, Alia Nasim. Audiência televisiva em queda: mudanças no jornalismo e na programação da TV aberta. In: **Conexão - Comunicação e Cultura**, v.15, n.9, pp.59-80, UCS, Caxias do Sul, jan/jun, 2016. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4139/2628>. Acesso :em 18 set. 2019.

BENÍCIO, Jeff. Globo dispara: novelas em alta fazem JN crescer no Ibope. In: **Terra**, 28 de junho de 2019. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/globo-dispara-novelas-em-alta-fazem-jn-crescer-no-bope,c701cebcc1a29ca106ce762fb17e0f0c9py6f3sn.html>. Acesso em: 26 out. 2019.

BERTUCCI, Priscila. Luta constante. In: **Corpo**: artigo indefinido. São Paulo: Globo, p. 60-63, 2017. Disponível em: https://globouniversidadeproducao.s3.amazonaws.com/Corpo_Artigo_Indefinido.pdf. Acesso em: 3 nov. 2019.

BIEGING, Patrícia. Transmídiação como ferramenta estratégica: *Cheias de Charme* explora uma nova forma de fazer telenovela. **Novos olhares**, São Paulo, v. 02, n. 02, 2013. Disponível em: www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/69828/72488/. Acesso em: 18 jul. 2019.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Brasília-DF, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 4 abr. 2019.

BRIGLIA, Tcharly Magalhães. A telenovela entre a permanência e a convergência. In: **Anais do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Intercom NE**, Fortaleza-CE, 2017. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-2156-1.pdf>. Acesso em: 18 set. 2019.

CASSARO, Valmir M. **O que as Novelas Exibem Enquanto o Mundo se Transforma: Análise Temática das Produções da TV Globo no Período 1998-2018**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro-RJ. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/37591/37591.PDF>. Acesso em: 17 out. 2019.

CASTRO, Daniel. Em crise, TV por assinatura perde 140 clientes por hora em um ano. In: **Notícias da TV**, 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/mercado/em-crise-tv-por-assinatura-perde-140-clientes-por-hora-em-um-ano-28552>. Acesso em: 13 out. 2019.

CASTRO, Daniel. Em dia histórico, Dez Mandamentos tem mais audiência que novela das 9 da Globo. In: **Notícias da TV**, 2015. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/em-dia-historico-dez-mandamentos-tem-mais-audiencia-que-novela-das-9-da-globo-9682>. Acesso em: 16 out. 2019.

CASTRO, Thell de. Em 1998, público rejeitou vilão rancoroso do ‘bom-moço’ Tony Ramos. In: **Notícias da TV**, 2016. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-1998-publico-rejeitou-vilao-rancoroso-do-bom-moco-tony-ramos-12826>. Acesso em: 11 set. 2019.

CHAGAS, Emmily Negrão; NASCIMENTO, Thayana. (in)visibilidade trans: uma breve discussão acerca da transfobia na vida de travestis e transexuais. Jornada Internacional Políticas Públicas, 8, São Luís-MA, 2017. **Anais**. Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2017/pdfs/eixo6/invisibilidatransumabrevediscussaoacercadatransfobianavidadetravestisetransexuais.pdf>. Acesso em: 30 out. 2019.

CIMINO, James. Boicote evangélico à novela “Babilônia” remete à censura da ditadura militar. In: **Lado Bi**, 2015. Disponível em: <http://www.ladobi.com.br/2015/03/boicote-babilonia-novela-evangelicos-autoritarismo/>. Acesso em: 15 jun. 2018.

CONNEL, Raewyn; PEARSE, Rebecca. **Gênero: uma perspectiva global**. São Paulo: NVersos, 2018. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4216087/mod_resource/content/1/Aquestaodogenero.pdf. Acesso em: 23 out. 2019.

CORPO, ARTIGO INDEFINIDO. **Youtube** (06:17'). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8RX-9rUYYGQ>. Acesso em: 10 nov. 2019.

COSTA, Fabiana Siqueira da; KANYAT, Lizbeth. Cultura participativa: uma análise das fanfictions da telenovela *Carrossel*. **Intercom Sudeste** - Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Universidade Federal de Uberlândia, 16, 2016. Anais... Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0440-1.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2019.

COSTA, Marcela. A transmídia e a emergência de uma nova audiência. In: **Intercom**, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1246-1.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2019.

DALAPOLA, Kaique. Negros representam dois terços da população carcerária brasileira. **Notícias R7**, 08 dez. 2017. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/negros-representam-dois-tercos-da-populacao-carceraria-brasileira-08122017>. Acesso em: 04 out. 2019.

FÁBIO, André Cabette. As conquistas e a visibilidade trans em 2018. **Nexo**, 02 jun. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/06/02/As-conquistas-e-a-visibilidade-trans-em-2018>. Acesso em: 19 nov. 2019.

FALCHETI, Fabrício. Autora rebate crítica e defende linguagem coloquial em “Os Dez Mandamentos”. In: **Na telinha**, 2015. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/novelas/2015/05/30/autora-rebate-critica-e-defende-linguagem-coloquial-em-os-dez-mandamentos-89380.php>. Acesso em: 17 ago. 2019.

FARIA, Maria Cristina Brandão *et al.* Cultura Participativa na esfera ficcional de O Rebu. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 399-437.

FECHINE, Yvana *et al.* Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Estratégias de transmidiação na ficção brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FECHINE, Yvana *et al.* Transmidiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011. Disponível em:

<https://ia800105.us.archive.org/11/items/FiccoTelevisivaTransmiditicaNoBrasil/Ficc%C3%A7%C3%A3o%20televisiva%20transmidi%C3%A1tica%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2019.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, 23, 2014. **Anais**. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2019.

FECHINE, Yvana; CAVALCANTI, Gêsa Karla Maia. TV Social em telenovelas da Rede Globo: estratégias e papéis. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 11, n. 02, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21393>. Acesso em: 20 jul. 2019.

FECHINE, Yvana *et al.* Ações socioeducativas nos mundos da telenovela transmídia: um estudo a partir da abordagem de questões LGBTQIA+. : **A construção de mundos na ficção televisiva brasileira**. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1rsCR2PV_cES8zHv1-Ka_jBOGvk_VTF0F/view. Acesso em: 11 dez. 2019.

FERNANDES, Danúbia de Andrade; FARIA, Maria Cristina Brandão de. Representação da identidade negra na telenovela. Uma construção negativa? In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, Santos-SP, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0667-1.pdf>. Acesso em: 30 out. 2019.

FERNANDES, Marcela Viegas; SANTOS, Suzy dos. Merchandising: a sua relevância nas telenovelas brasileiras, com ênfase na Rede Globo. In: **VII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte**, Boa Vista, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0311-1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2019.

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. Narrativas transmídia: modos de narrar e tipos de história. In: **Letras**, v. 26, n.53, Santa Maria, jul/dez, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/25079/14480>. Acesso em: 19 jul. 2019.

FREITAS, Flávio. **Entrevista a Betriz Azeredo**. 7 fev. 2020.

G1 CARUARU. **Psicóloga fala sobre o caso da personagem Ivana, de 'A força do Querer'**. 10 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/saude-em-caruaru/noticia/psicologa-fala-sobre-o-caso-da-personagem-ivana-de-a-forca-do-querer.ghtml>. Acesso em: 20 nov. 2019.

GLOBO UNIVERSIDADE. **Globo lança Caderno 'Corpo: Artigo Indefinido', no dia do Orgulho LGBT**. 28 jun. 2017. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/noticia/globo-lanca-caderno-corpo-artigo-indefinido.ghtml>. Acesso em: 13 out. 2019.

GLOBO vai reprisar ‘Cheias de Charme’ e leva a internet à loucura com a volta das empreguetes. In: **F5 - Folha de S. Paulo**, 4 de julho de 2016. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2016/07/10002932-globo-vai-reprisar-cheias-de-charme-e-leva-internet-a-loucura-com-a-volta-das-empreguetes.shtml>. Acesso em: 22 jul. 2019.

GLOBO. **Corpo**: artigo indefinido. São Paulo: Globo, 2017. Disponível em: https://globouniversidadeproducao.s3.amazonaws.com/Corpo_Artigo_Indefinido.pdf. Acesso em: 3 nov. 2019.

GOMES, Eunice Simões Lins. **Um baú na sala de aula**. São Paulo: Paulinas, 2013.

GOUVEIA, Diego. Estratégias transmídias em ações socioeducativas relacionadas à sexualidade na ficção seriada da Globo. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Intercom, 21, São Luís-MA, 2019. **Anais...** Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0381-1.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2019.

GSHOW. Carol Duarte comenta sucesso de Ivana no 'Encontro': 'Andam falando coisas bonitas para mim'. Encontro com Fátima Bernardes, 31 jul. 2017. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/noticia/carol-duarte-comenta-sucesso-de-ivana-as-pessoas-andam-falando-coisas-bonitas-para-mim.ghtml>. Acesso em: 21 out. 2019.

GSHOW. **Encontro com Fátima Bernardes**. 31 jul. 2017. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6044413/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

GUARESEMIN, Carmen. Novela estimulou doação de órgãos. In: **Coração e Vida**, 12 de julho de 2014. Disponível em: <https://coracaoevida.com.br/retratado-em-novela-transplante-cardiaco-atinge-recorde/>. Acesso em: 30 out. 2019.

GUIMARÃES, Marília Figueredo. Telenovela na era da Internet: a convergência de mídias em Cheias de Charme. 2013. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Curso de Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília-DF. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7309/1/2013_MariliaFigueiredoGuimaraes.pdf. Acesso em: 18 jul. 2019.

IBGE. Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2016. In: **IBGE**, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98965.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2019.

JACKS, Nilda [et al.] Telenovela em múltiplas telas: da circulação ao consumo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil**: plataformas, convergências, comunidades virtuais. Porto Alegre: Sulina, 2011. Disponível em: <https://ia800105.us.archive.org/11/items/FiccoTelevisivaTransmiditicaNoBrasil/Ficc%C3%A7%C3%A3o%20televisiva%20transmidi%C3%A1tica%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2019.

JEBAILI, Paulo. Visão multifocal. In: **Cadernos Globo**, vol. 12, p. 40-45 2017. Disponível em: https://globouniversidadeproducao.s3.amazonaws.com/Corpo_Artigo_Indefinido.pdf. Acesso em: 17 de dezembro de 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero**: conceitos e termos - Guia técnico sobre pessoas transexuais, travestis e demais transgêneros, para formadores de opinião. Brasília-DF, 2012. Disponível em: https://www.sertao.ufg.br/up/16/o/ORIENTA%C3%87%C3%95ES_POPULA%C3%87%C3%83O_TRANS.pdf?1334065989. Acesso em: 26 nov. 2019.

JESUS, Jordane Trindade de; RESENDE, Vitor Lopes. A Televisão e sua influência como meio: uma breve historiografia. Encontro Nacional de História da Mídia, 9, Ouro Preto-MG, 2013. **Anais...** Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/a-televisao-e-sua-influencia-como-meio-uma-breve-historiografia>. Acesso em: 23 nov. 2019.

JESUS, Silvia Terezinha Torreglossa de. **Função educativa da telenovela brasileira: do merchandising social à ação socioeducativa em Salve Jorge**. 2013. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. DOI:10.11606/D.27.2013.tde-31012014-161749. Acesso em: 2 dez. 2019.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/29837>. Acesso em: 11 dez. 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. In: **Matrizes**, v. 3, n.1, p. 21-47, dez./ago. 2009. Disponível em: https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/BDPI/32406/art_LOPES_Telenovela_2009.pdf?sequence=2. Acesso em: 30 out. 2019.

MAIA, Maria Carolina. Acerto de Glória Perez é mostrar que a dor de Ivana é universal. In: **Veja**, 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/acerto-de-gloria-perez-e-mostrar-que-a-dor-de-ivana-e-universal/>. Acesso em: 30 jun. 2018.

MARQUES, Francisco Cláudio Alves; RIBEIRO, Rondinele Aparecido Ribeiro. A telenovela no Brasil: um gênero por excelência. **Cadernos Zygmunt Bauman**, São Luís-MA, v. 06, n. 11, 2016. Disponível em: www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/download/4312/3135. Acesso em: 26 jun. 2019.

MASSAROLO, João *et al.* Redes discursivas de fãs da série Sessão de Terapia. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Por uma teoria e fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015. Disponível em: <https://ia800109.us.archive.org/0/items/OBITELBRASIL2015/OBITEL%20BRASIL%202015.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2019.

MATTOS, Georgia de. A produção de sentido da transexualidade na telenovela *A Força do Querer*: uma análise comunicacional a partir do circuito da cultura. 2018. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba, Sorocaba-SP. Disponível em: <http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/georgia-de-mattos.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2019.

MATTOS, Luane Pereira. **A influência da telenovela no comportamento do telespectador: uma análise de O Clone, América e Paraíso Tropical**. Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília – Uniceub, 2008. 45 p. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1880/2/20415902.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2018.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

MENDES, Gyssele. **Representação de LGBTs na mídia**: entre o silêncio e o estereótipo. Observatório do direito à comunicação. 18 mai. 2017. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=29847>. Acesso em: 23 nov. 2019.

MENDONÇA, Gabriela. “A força do querer” e a importância do merchandising social nas telenovelas. In: **Gente IG**, 2017. Disponível em: <https://gente.ig.com.br/tvenovela/2017-05-29/merchandising-social-novelas.html>. Acesso em: 31 out. 2019.

MOREIRA, Jéssica [et al]. Visibilidade e Representatividade Transexual: A personagem Ivana em “A Força do Querer”. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, Joinville-SC, 2018. **Anais...** Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0665-1.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2019.

MORENO, Sayonara. Cresce violência contra pessoas LGBT; a cada 25 horas, uma é assassinada no país. **Agência Brasil**, 2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2017-05/dia-de-combate-homofobia-sera-marcado-por-debates-em-salvador>. Acesso em: 25 jun. 2018.

MOTTER, Maria Lourdes; JAKUBASZKO, Daniela. Os limites do merchandising social na telenovela brasileira. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, 2006. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0258-1.pdf>. Acesso em: 31 out. 2019.

NUNES, Carlos Eduardo de Almeida. **#COMPARTILHEESSAEMOÇÃO**: um estudo das interações sobre telenovelas brasileiras no *Facebook*. Universidade de Juiz de Fora: Juiz de Fora, 2014. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/Compartilhe-essa-Emoção-Um-estudo-das-interações-sobre-telenovelas-brasileiras-no-Facebook.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2019.

OKA, Mateus; LAURENTI, Carolina. Entre sexo e gênero: um estudo bibliográfico-exploratório das ciências da saúde. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 27, n. 01, 2018. Disponível em: https://www.scielo.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/sausoc/v27n1/1984-0470-sausoc-27-01-238.pdf. Acesso em: 20 out. 2019.

OLIVEIRA, Bárbara de Paula. “A gente não se descobre, a gente se define”: as subjetividades trans* no HUB – DF. 2017. **Dissertação** (Mestrado em Ciências e Tecnologias em Saúde) – Faculdade de Ceilândia, Universidade de Brasília. Brasília-DF. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/24568/1/2017_B%C3%A1rbaradePaulaOliveira.pdf. Acesso em: 23 nov. 2019.

OLIVEIRA, Mariana; BÁRBIERI, Luiz Felipe. STF permite criminalização da homofobia e da transfobia. **G1 Política**, 13 jun. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/06/13/stf-permite-criminalizacao-da-homofobia-e-da-transfobia.ghtml>. Acesso em: 9 nov. 2019.

OLIVEIRA, Rodrigo Perez. A Globo e sua fábrica de narrativas. In: **Jornalistas Livres**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2RBBOHb>. Acesso em: 7 jan. 2019.

OLIVEIRA, Thomaz; OLIVEIRA, Igor. Transgênero em horário nobre: a novela ‘A força do querer’ na visibilidade de pessoas trans, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 41, Joinville-SC, 2018. **Anais...** Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1371-1.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2019.

PALLOTINI, Renata. **Dramaturgia da Televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

PEREIRA, Lourenço Barros de Carvalho; CHAZAN, Ana Cláudia S. O Acesso das Pessoas Transexuais e Travestis à Atenção Primária à Saúde: uma revisão integrativa. **Revista Brasileira de Família e Comunidade**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 41, 2019. Disponível em: <http://docs.bvsalud.org/biblioref/2019/06/996051/1795-10932-1-pb.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2019.

PERES, William. Travestis, escolas e processos de subjetivação. **Instrumento**, Juiz de Fora-MG, v. 12, n. 02, p. 57-66 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/revistainstrumento/article/view/18683>. Acesso em: 30 out. 2019.

PEREZ, Gloria. **Autores: histórias da teledramaturgia: livro 1 - Memória Globo**. São Paulo: Globo, 2008.

Personagem travesti e atriz transexual ganham espaço em ‘A força do querer’. **O Globo Cultura**, 22 mai. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/personagem-travesti-atriz-transexual-ganham-espaco-em-forca-do-querer-21375052>. Acesso em: 20 set. 2019.

POMBO, Mariana Ferreira. Desconstruindo e subvertendo o binarismo sexual: apostas feministas e queer. **Periodicus**, Salvador, v. 01, n. 07, 2017. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/21786>. Acesso em: 3 nov. 2019.

PONTO de audiência tem novo valor em 2019. In: **Meio & Mensagem**, 3 janeiro de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2019/01/03/ponto-de-audiencia-tem-novo-valor-em-2019.html>. Acesso em: 21 jul. 2019.

PRENSKY, Marc. **Nativos digitais, imigrantes digitais**, 2001. Disponível em: http://www.colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf. Acesso em: 22 jul. 2019.

PUCCI JUNIOR, Renato Luiz [et al]. Televisão brasileira frente à problemática da cultura participativa: os casos de A Teia e O Rebu. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 357-397.

PUHL, Paula Regina; DONATO, Aline Streck. Aspectos da convergência entre *web* e televisão sob a perspectiva cultural. **Conexão: Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul-RS, v. 15, n. 09, 2016. Disponível em: www.ufrgs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/download/3891/2624-PUhleDonato. Acesso em: 22 jul. 2019.

QUEIROZ, Renato. Transgêneros goianos se identificam e celebram a visibilidade do tema. **O Popular**, 5 ago. 2017. Disponível em:

<https://www.opopular.com.br/noticias/magazine/transg%C3%AAneros-goianos-se-identificam-e-celebram-a-visibilidade-do-tema-1.1322197>. Acesso em: 4 out. 2019.

RANGEL, Jair G. O estudo de violência na televisão. In: **XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/119529542598689977098275433354892536761.pdf>. Acesso em 25 out. 2019.

RECUERO, Raquel. A internet e a nova revolução na comunicação mundial, 2000. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>. Acesso em: 3 jul. 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RESENDE, Vitor Lopes. **A TV em convergência**: social TV e transmidiação nas novelas Geração Brasil e Império. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/1307>. Acesso em: 22 jul. 2019.

RIBEIRO, Regiane Regina; SILVA, Anderson Lopes da. Merchandising social como estratégia comunicativa no discurso ficcional televisivo: enquadramentos e leituras. In: **Revista Ínterin**, v. 6, n. 2, pp. 131-145, Curitiba-PR, jul/dez 2013. Disponível em: <https://seer.utp.br/index.php/article/view>. Acesso em: 21 out. 2019.

RIBEIRO, Regiane Regina; SILVA, Anderson Lopes da. O merchandising social como estratégia comunicativa no discurso ficcional televisivo: enquadramentos e leituras. In: **Revista Ínterin**, v. 6, n. 2, pp. 131-145, Curitiba-PR, jul/dez 2013. Disponível em: <https://seer.utp.br/index.php/article/view>. Acesso em: 21 out. 2019.

ROCHA, Larissa Leda Fonseca. Telenovela além da televisão: transmidiação e conversação. In: **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom**, Manaus-AM, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1413-1.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2019.

ROCON, Pablo C. *et al.* O que esperam pessoas trans do Sistema Único de Saúde? **Interface**, Botucatu, v. 22, n. 64, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/icse/v22n64/1807-5762-icse-1807-576220160712.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2019.

RODRIGUES, Guilherme. Estudo mostra que jovens assistem mais conteúdo na internet do que na TV. In: **Observatório da televisão**, 2017. Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2017/08/estudo-mostra-que-jovens-assistem-mais-conteudo-na-internet-do-que-na-tv>. Acesso em: 4 set. 2019.

RODRIGUES, Ivan. Desmistificando o que é Transmidia a partir de Star Wars. Mas adiantando, o saco de laranja BB-8 não é transmidia! In: **Medium**, 2015. Disponível em: <https://medium.com/@oivanrodrigues/desmistificando-o-que-é-transmidia-a-partir-de-star-wars-mas-adiantando-o-saco-de-laranja-bb-8-não-é-b4a2374ffdf2>. Acesso em: 22 jul. 2019.

SÁ, Ana Paula Suitsu. **O direito ao trabalho da população transgênero**. 2018. Dissertação (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/21521/2/Ana%20Paula%20Suitsu%20de%20S%c3%a1.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SACCHITIELLO, Bárbara. “Tenho orgulho de ter introduzido campanhas sociais em telenovelas”. In: **Meio e Mensagem**, 2017. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/03/31/tenho-orgulho-de-ter-introduzido-campanhas-sociais-em-novelas.html>. Acesso em 30 de junho de 2018.

SACCHITIELLO, Bárbara. Como as causas sociais encontram o conteúdo da Globo. **Meio & Mensagem**, 28 jul. 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/07/28/como-as-causas-sociais-encontram-o-conteudo-da-globo.html>. Acesso em: 3 dez. 2019.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre-RS, n. 22, 2003. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>. Acesso em: 12 nov. 2018.

SANTOS, Lorena; CALAÇA, Gabriella Luccianni M. S. Convergência, Cultura Participativa e Inteligência Coletiva na Televisão: avanços e desafios. **Panorama**, Goiânia, v. 03, n. 01, 2013. Disponível em: seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/3409. Acesso em: 21 jul. 2019.

SANTOS, Tarcyanie; MATTOS, Georgia. A representação da transexualidade na telenovela A Força do Querer. Intexto, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/85829>. Acesso em: 20 out. 2019.

SCHIONTEK, Mateus; COHENE, Vitória Castilho; BUIATTI, Renato. O Netflix e a mudança na distribuição audiovisual com a popularização do streaming. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom**, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1859-1.pdf>. Acesso em: 6 out. 2019.

SCHWACH, Karen *et al.* Mudança de Nome Social de Pessoas Transgêneras identidade de gênero para além da biologia. Bagoas, Natal, v. 11, n. 17, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/bagoas/article/view/11349>. Acesso em: 3 nov. 2019.

SENKEVICS, Adriano Souza. A quem não interessa discutir gênero? In: **Cadernos Globo**, vol. 12, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2QuqesI>. Acesso em: 17 de dezembro de 2019.

SHIRKY, Clay. **Cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2011.

SIGILIANO, Daiana. Social TV: um estudo exploratório das produções científicas sobre a convergência da experiência televisiva com as redes sociais. **Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 38, 2015. **Anais**.

SILVA, Odair José; SAMPAIO, Rogerio. **Sobre a necessidade de educadores para a diversidade de gênero no espaço escolar**. 2016. Disponível em: <http://www.gradadm.ifsc.usp.br/dados/20162/SLC0631-1/transgeneros.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2019.

SILVA, Rodrigo; BEZERRA, Waldez; QUEIROZ, Sandra. Os impactos das identidades transgênero na sociabilidade de travestis e mulheres transexuais. **Revista de Terapia Ocupacional da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 26, n. 03, 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rto/article/view/88052>. Acesso em: 21 abr. 2019.

SILVA, Welkson Pires da. Em pauta a violência contra a mulher: da instância ficcional à mobilização midiática e social. *Fazendo Gênero*, Universidade Federal de Santa Catarina, 9, 2010. **Anais**. Disponível em: http://www.fazendogenero.ufsc.br/9/resources/anais/1278298490_ARQUIVO_EmpautaaviolenCIAcontraamulher-Silva.pdf. Acesso em: 16 jul. 2019.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CORDOVA, Fernanda Peixoto. Unidade 2 – a pesquisa científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em 8 de abril de 2020.

STYCER, Maurício. Estratégias de transmediação? In: **Observatório da Imprensa**, 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/_ed772_estrategias_de_transmidiacao/. Acesso em: 22 set. 2019.:

TOFLER, Alvin. **A terceira onda**. 26. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

TRINDADE, Eneus. Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo. In: **XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, Recife, 1998. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f0a08cd35e4f04512409b2b514a85fae.PDF>. Acesso em 31 out. 2019.

VALENTE, Sérgio. A Globo precisa se entender como empresa de marcas. **Meio & Mensagem**, 8 mai. 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/videos/2017/05/08/a-globo-precisa-se-entender-como-empresa-de-marcas.html>. Acesso em: 26 nov. 2019.

VAQUER, Gabriel. Apenas 2,8% das casas do Brasil não tem acesso a televisão, diz pesquisa do IBGE. In: **Observatório da televisão**, 2018. Disponível em: <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2018/02/apenas-28-das-casas-do-brasil-nao-tem-acesso-a-televisao-diz-pesquisa-do-ibge>. Acesso em: 18 out. 2019.

VIEIRA, Amanda Veronesi; MURTA, Cíntia Maria Gomes. Globo Play: a plataforma da Rede Globo. In: **Revista GEMInIS**, v. 8, n. 2, pp.31-47, São Carlos, UFSCar, mai/ago, 2017. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/295/262>. Acesso em: 15 set. 2019.

VIEIRA, Dmitri. Jornada do herói: 12 etapas de Christopher Vogler e Joseph Campbell para contar uma história impecável. **Comunidade Rock Content**, 03 abr. 2019. Disponível em: <https://comunidade.rockcontent.com/jornada-do-heroi/>. Acesso em: 23 out. 2019.

WALLIN, Claudia. Por que Dinamarca discute negar cidadania a quem recusar aperto de mão. **BBC Brasil**, 28 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45664501>. Acesso em: 3 dez. 2019.

XAVIER, Nilson. “A Força do Querer” avança para se tornar o maior sucesso da TV desde “Avenida Brasil”. **Blog do Nilson Xavier**, 26 jul. 2017. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/nilsonxavier/2017/07/26/a-forca-do-querer-avanca-para-se-tornar-o-maior-sucesso-da-tv-desde-avenida-brasil/>. Acesso em: 4 dez. 2019.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. de Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO

10/02/2020

Gmail - Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas



Cristina Lima <kristinalima1122@gmail.com>

Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas

1 mensagem

Flávio Freitas <flaviofreitas.ferreira@gmail.com>
 Para: Kristina Lima <kristinalima1122@gmail.com>

7 de fevereiro de 2020 07:44

----- Forwarded message -----

De: **Beatriz Azeredo** <beatriz.azeredo@tvglobocom.br>
 Date: sex., 17 de jan. de 2020 às 16:27
 Subject: RES: Entrevista para Dissertação/novelas
 To: Flávio Freitas <flaviofreitas.ferreira@gmail.com>
 Cc: Viviane Tanner <viviane.tanner@tvglobocom.br>, Viridiana Bertolini <viridiana.bertolini@tvglobocom.br>

Olá Flávio,

Seguem as respostas.

Seguimos à disposição por aqui.

Abraços,

Bia

1. Como se deu a abordagem nos programas da casa, pensando na metodologia 360° ?

Trabalhamos de forma prioritária e permanente com três grandes temas: educação, direitos humanos, sustentabilidade ambiental e juventudes. O tema Gênero, especificamente, foi trabalhado no pilar de direitos humanos. As iniciativas são sempre articuladas em parceria com os demais programas da casa, organizações e pessoas de referência nos diversos assuntos, para garantir que estamos endereçando as questões centrais dentro de cada agenda, e nos concentrando no que sabemos fazer, que é a comunicação. Desta forma, nos asseguramos que estamos contribuindo, de fato, com a sociedade brasileira.

Em 2017, iniciamos um conjunto de ações para refletir de forma aprofundada sobre o tema identidade de gênero, diversidade sexual, novas masculinidades e feminismo. Em março, realizamos o Fórum Corpo: Artigo Indefinido, com a presença de especialistas no assunto, e o Papus - metodologia de escuta e troca

10/02/2020

Gmail - Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas

de conhecimento com 20 jovens de todo o Brasil, e representantes dos grupos LGBTQIA+. Na ocasião, distribuímos o Panorama Gênero, uma publicação com dados e fontes sobre o tema.

A novela 'A Força do Querer', de Gloria Perez, citada por você, trouxe pela primeira vez ao horário nobre o debate aprofundado sobre transexualidade. Ganhou o Troféu APCA em 4 categorias, incluindo a de melhor novela.

Ainda neste ano, no dia do Orgulho LGBT (28/06), lançamos o Caderno Globo Corpo: Artigo Indefinido, disponível em versão digital em app.cadernosglobo.com.br. A publicação gratuita reúne artigos, entrevistas, crônicas e um glossário sobre o tema, além de uma linha do tempo com as obras da Globo que abordaram a diversidade sexual e as questões de gênero. Na composição do Caderno, nomes internacionalmente conhecidos, como a filósofa norte-americana Judith Butler e a consultora Jessica Shortall compartilham seu conhecimento. Foram impressos 2 mil exemplares desta edição e a versão digital já teve mais de 8,5 mil acessos. Já o evento de lançamento no Rio de Janeiro reuniu 300 pessoas e contou com nomes como Lázaro Ramos, Djamila Ribeiro, Silvero Pereira, Mônica Waldvogel, Juliana Alves, Renata Ceribelli, entre outros, nas mesas de debate.

Em julho de 2017, a plataforma 'Tudo Começa pelo Respeito' destacou a causa de homens e mulheres trans por meio de mais um filme veiculado nos intervalos da programação. E, na Flip, promovemos uma reflexão sobre o tema na Casa da Cultura, com a distribuição do Caderno Globo Corpo: Artigo Indefinido. Internamente, realizamos uma oficina sobre gênero para os colaboradores com a presença dos consultores do SSEX BBOX, um de nossos parceiros nas iniciativas sobre o assunto. Também colaboraram nos projetos sobre gênero os parceiros da ONU Mulheres e do Fundo Social Elas.

No ano seguinte, em 2018, "Onde Nascem os Fortes" ganhou reconhecimento pela trama envolvendo uma drag queen (Jesuíta Barbosa) que não pode se assumir para a família. <http://telepadi.folha.uol.com.br/cena-com-jesuita-barbosa-vale-mais-que-100-campanhas-por-respeito-diversidade-de-generos/>

2. Ao se expandir quais impactos causados nas redes sociais digitais onde o assunto era abordado antes de ir ao ar na televisão?

10/02/2020

Gmail - Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas

É difícil mensurar o impacto específico do que fazemos. Também seria míope atribuir a mudança de um discurso ou comportamento social unicamente às nossas campanhas socioeducativas. São muitos fatores que teríamos que incluir nessa equação. De toda forma, as redes sociais e a Central de Atendimento ao Telespectador sempre são ótimos termômetros. Nossos parceiros também nos ajudam a avaliar o impacto. Em geral, os feedbacks nos trazem informações tais como o aumento do número de acessos em seus sites durante as ações, ou outros dados mais específicos. Por exemplo, na novela "Em Família", na semana em que o personagem Cadu passou por um transplante de coração, houve aumento significativo na doação de órgãos no país. Quando recebemos esse tipo de retorno, reafirmamos que estamos no caminho certo.

3. Na sua visão quais os pontos positivos, vantagens e desvantagens?

Vejo muitos pontos positivos e vantagens, que foram respondidos nas perguntas acima, como, por exemplo, o esclarecimento e a mobilização da sociedade em prol dos temas abordados. Hoje há poucos agentes sociais que não definam a telenovela no Brasil como um produto artístico e cultural capaz de propor debates sobre a cultura brasileira – e essa é uma das principais vantagens. Talvez a novela seja um dos mais relevantes fios condutores da construção da identidade do país e dos sentidos sobre os discursos da vida pública. Porque, além da sua alta penetração, permite a personagens emprestar suas vozes a causas públicas e promover reflexões, debates que podem ser o ponto de partida de mudanças positivas de comportamento.

4. Na sua opinião esse tema teve um melhor tratamento sobre as questões de gênero e sexualidade se comparado as outras produções em telenovelas? Se a resposta for sim o que mudou?

É verdade que esses temas estiveram muito presentes durante 2017 e 2018, em novelas como A Força do Querer, Malhação, Onde Nascem os Fortes, além de programas como Amor e Sexo. No entanto, é importante destacar duas questões relacionadas entre si. A primeira é que nossos autores e roteiristas possuem liberdade para eleger os temas a serem abordados nas tramas que desenvolvem. E a segunda é que, em anos anteriores, esses temas também estiveram nas nossas ficções. Vou mencionar dois exemplos: em 2016, "Liberdade, liberdade" propôs um intenso debate sobre relações homoafetivas; em 2011 o núcleo de homossexuais em Insensato Coração serviu como alerta contra a homofobia. Os autores aprofundaram a discussão ao criar o personagem Gilvan (Miguel Roncato), um jovem homossexual, não aceito pela família, que morre após ser violentamente espancado pelo pitboy Vinicius

10/02/2020

Gmail - Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas

(Thiago Martins). Foi produzida e veiculada campanha contra a homofobia logo após o término da novela, com os atores da trama.

Ou seja, o que varia, além da frequência e da escolha do tema, é a forma como cada autor – com sua liberdade criativa – o aborda. De toda forma, isso demonstra que, como empresa, sempre estamos olhando para a sociedade e tentando atender à necessidade de contribuir para a construção de sentidos sobre os discursos da vida pública.

Bjs

De: Flávio Freitas [mailto:flaviofreitas.ferreira@gmail.com]

Enviada em: quinta-feira, 9 de janeiro de 2020 14:49

Para: Beatriz Azeredo <beatriz.azeredo@tvglobos.com.br>

Assunto: Entrevista para Dissertação/novelas

Cara Beatriz Azeredo, tudo bem?

Me chamo Flávio Freitas – estudante de mestrado em Comunicação pela UFPB, estou escrevendo minha dissertação sobre as ações socioeducativas que envolveram a personagem Ivana/Ivan de A Força do Querer, trama de Glória Perez exibida pela TV Globo em 2017.

Nos falamos no encontro do OBitel em novembro passado na USP, você me falou que a temática trans fez parte da metodologia 360° da emissora que retroalimenta o tema nos programas jornalísticos e de entretenimento da Globo.

Gostaria de saber de você quais as impressões:

1. Como se deu a abordagem nos programas da casa, pensando na metodologia 360° ?

2. Ao se expandir quais impactos causados nas redes sociais digitais onde o assunto era abordado antes de ir ao ar na televisão?

3. Na sua visão quais os pontos positivos, vantagens e desvantagens?

4. Na sua opinião esse tema teve um melhor tratamento sobre as questões de gênero e sexualidade se comparado as outras produções em telenovelas? Se a resposta for sim o que mudou?

Desde já agradeço imensamente sua colaboração.

OBS: Segue abaixo o meu projeto de mestrado.

10/02/2020

Gmail - Fwd: Entrevista para Dissertação/novelas

Atenciosamente,

--

Flávio Freitas

Produtor Cultural

83.9 9609. 9590

***** Este e-mail e seus anexos são para uso exclusivo do destinatário e podem conter informações confidenciais e/ou legalmente privilegiadas. Não podem ser parcial ou totalmente reproduzidos sem o consentimento do autor. Qualquer divulgação ou uso não autorizado deste e-mail ou seus anexos é proibida. Se você receber esse e-mail por engano, por favor, notifique o remetente e apague-o imediatamente. This e-mail and its attachments are for the sole use of the addressee and may contain information which is confidential and/or legally privileged. Should not be partly or wholly reproduced without consent of the owner. Any unauthorized use of disclosure of this e-mail or its attachments is prohibited. If you receive this e-mail in error, please immediately delete it and notify the sender by return e-mail. *****

--

Flávio Freitas
Produtor Cultural
83.9 9609. 9590