

TELENOVELA E AGENDAMENTO: A TEMATIZAÇÃO DA TRANSEXUALIDADE EM A *FORÇA DO QUERER*

Lucas Leonardo de Carvalho Leal Brandão¹

Resumo: Este artigo tem como objetivo investigar o processo de agendamento a partir de uma telenovela. A pesquisa parte do caso da novela *A Força do Querer*, exibida pela Rede Globo no horário das 21h em 2017, em que o tema da transexualidade foi colocado em pauta através da trama de Ivan, interpretado por Carol Duarte. A partir de conceitos dentro dos estudos da Teoria da Agenda (McCOMBS, 2009), o trabalho explica como o *merchandising social* é fundamentado, fazendo uma relação com o processo de tematização. Em seguida, discute-se particularidades sobre a telenovela, entendida como caixa de ressonância da discussão pública em determinado período (MATTELART, 1989). Após isso, são elencadas quatro fases para a construção da agenda pela mídia, segundo Wolf (2012), e suas características aplicadas ao caso da tematização da transexualidade pela novela *A Força do Querer*. Ademais, pondera-se o papel das mídias digitais e sua influência na repercussão dos discursos da novela. Em suma, foram destacados os caminhos percorridos pela narrativa para que a saliência do tema da transexualidade crescesse. Conclui-se, então, que a telenovela tem sim a capacidade de propor temas de relevância social seguindo processos de tematização da esfera pública.

Palavras-chave: *agenda-setting*, *merchandising social*, telenovela, tematização, transexualidade.

Introdução

A história das telenovelas no Brasil é marcada pelo avanço das temáticas sociais em suas produções. Tais pautas permeiam a trajetória, os conflitos e as dificuldades de diversos personagens que, diariamente, são exibidos para milhões de espectadores. Dessa forma, as tramas, muitas vezes, suscitam grandes debates na esfera pública sobre determinado assunto, que, até aquele momento, não tinha tanta visibilidade.

Há pelo menos quatro décadas as telenovelas brasileiras trazem temas de relevância social no seu enredo como estratégia de alcançar notoriedade e, conseqüentemente, maiores índices de audiência. Tal estratégia se consolidou como uma característica própria da forma narrativa dessas produções no país. O termo

¹ Graduando em Comunicação - Jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA). Email: lucasllcb@gmail.com.

merchandising social sintetiza essa utilização de temas caros à discussão pública pelos meios de comunicação de massa. Conceitualmente, *merchandising social* é:

A inserção sistematizada e com fins educativos de questões sociais nas telenovelas e minisséries. Com ele, pode-se interagir com essas produções e seus personagens, que passam a atuar como formadores de opinião e agentes de disseminação das inovações sociais, provendo informações úteis e práticas a milhões de pessoas simultaneamente – de maneira clara, problematizadora e lúdica (SCHIAVO. 2002, p. 1).

Dessa forma, o recurso aponta para processos dentro do contexto da Teoria da Agenda, já que, essencialmente, propõe o destaque de um tema dentro da trama a fim de aumentar sua saliência tanto para o público quanto para as demais esferas da sociedade. Esse aspecto é importante para compreender as estratégias narrativas que buscam manter a trama em evidência durante meses, uma vez que, entre outros motivos, fomentam a repercussão da novela também em grupos que podem não estar interessados diretamente pelo formato da teledramaturgia.

Nesse contexto, a TV Globo exibiu entre 3 de abril e 20 de outubro de 2017 a novela *A Força do Querer*, que evidenciou temas sociais e teve grande repercussão, em especial nas mídias digitais. A trama gerou um aumento da discussão na arena pública sobre as questões abordadas, particularmente, o tema da transexualidade. O núcleo dedicado a retratar esse assunto trazia a história de Ivan — vivido por Carol Duarte —, com suas lutas contra o preconceito da sociedade e por reconhecimento dentro da própria família.

Portanto, os dramas pelos quais o personagem passa ao longo da novela buscavam gerar discussões na esfera pública sobre problemas e situações reais que pessoas trans experienciam em diferentes fases da vida. Com base nisso, este trabalho visa investigar a aplicabilidade da Teoria da Agenda em telenovelas, contribuindo, assim, para os estudos da comunicação na medida em que articula uma corrente de pesquisa tradicional no jornalismo a uma estratégia de ênfase a um tópico social em um produto ficcional com o intuito de atrair notoriedade.

Quando uma telenovela tematiza uma questão de importância social quer dizer que ela assume a discussão de um determinado tema de modo frontal, ocupando ele grande espaço e importância dentro da trama; torna-se, durante toda a telenovela, ou grande parte dela, o foco central. [...] São também,

normalmente, os temas mais irradiados para o debate público, aparecendo com recorrência na mídia em geral e até em outros setores da sociedade (MOTTER; JAKUBASZKO, 2007, p. 61).

Contudo, o que há, na verdade, não é uma imposição de temas, mas sim um fomento a partir do que já se define como caro nas discussões públicas. Devido à sua popularidade, a telenovela consegue levar tais debates à uma grande variedade de segmentos sociais. Graças a isso, podemos pensar o fenômeno do ponto de vista da opinião pública, entendida, de forma simplificada, como “o sujeito coletivo capaz de manifestar decisões”, uma disposição do público (GOMES, 2009, p. 96).

Entretanto, é preciso levar em consideração que esse público tem seu próprio repertório, suas convicções e saberes (GOMES, 2009), a partir do qual os discursos da novela serão interpretados e ressignificados. Nessa perspectiva, busca-se examinar como ocorre o processo de agendamento em *A Força do Querer* e quais os caminhos percorridos pela trama para gerar a tematização da transexualidade.

Tematização e *merchandising social*

Uma boa maneira para compreender como ocorre o sucesso do *merchandising social* nas telenovelas brasileiras é analisar o recurso tendo como referência a Teoria do Agendamento, de Maxwell McCombs e Donald Shaw.

Especificamente, o agendamento é uma teoria sobre a transferência da saliência das imagens da mídia sobre o mundo às imagens de nossas cabeças. A ideia teórica central é que os elementos proeminentes na imagem da mídia acabam tornando-se igualmente importantes para o público (McCOMBS, 2009, p. 111).

Dentro do campo de estudo dos efeitos a longo prazo, a pesquisa sobre o *agenda-setting* ganhou destaque. Sua premissa diz que os meios de comunicação de massa fornecem temas com os quais o público deverá voltar sua atenção, selecionando, priorizando, hierarquizando e até omitindo certos assuntos.

A teoria não traz mais a ideia de persuasão por parte da mídia. Aqui, a mensagem será parte do conjunto de conhecimentos e informações que formam a imagem que o indivíduo constrói da realidade. É nessa relação que ocorre o processo de comunicação, trazendo a problemática da continuidade em nível cognitivo entre a produção da informação e essa imagem, que também é constituída a partir de atributos

peçoais referentes às experiências e valores, além da apropriação e estruturação das informações.

Inicialmente a investigação sobre o agendamento partiu, em especial, do jornalismo; hoje, pensa-se o *agenda-setting* de forma mais abrangente: assume-se a multiplicidade de agendas — como a do público e a política — e a relação dessas com o agendamento dos meios de comunicação de massa.

No que se refere à “transferência” de uma agenda para a outra (a dos meios para a do público, em especial) deve-se tomar cuidado com o entendimento de que a grande frequência de um tema nos meios de comunicação significa uma grande saliência para o público. Ao interpretar um texto, muitos elementos são próprios do destinatário e de suas experiências acumuladas. A compreensão de uma informação passa pela identificação dos aspectos que compõem o texto correlacionados com conhecimentos adquiridos anteriormente. Por isso, é importante destacar que o conceito de agenda do público constitui-se mais por uma perspectiva intrapessoal e menos coletiva (WOLF, 2012). Desse modo,

não se pode pensar a situação do público no fluxo opinativo como uma *tabula rasa* onde simplesmente seriam inscritas e reproduzidas as opiniões geradas em outro lugar. Como instância subjetiva, o público, mesmo em seu ato de consumo no mercado público de opiniões, possui um repertório prévio de juízos, convicções, noções e saberes com que haverá de negociar qualquer posição conceitual nova (GOMES, 2009, p. 107 e 108, grifo do autor).

Nesse contexto, a chamada “tematização” é um procedimento informativo da *agenda-setting* que articula fatos relacionados a um mesmo problema temático de relevância social e gera proeminência à questão. Assim, um assunto que, a princípio, não estaria disponível de forma destacada para o público ganha atenção e passa a fazer parte da agenda. “Tematizar um problema significa, na realidade, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe a importância adequada, salientar sua centralidade e sua significatividade em relação ao fluxo normal da informação não-tematizada” (WOLF, 2012, p.165).

Em síntese, “a principal afirmativa da Teoria da Agenda é que os temas enfatizados nas notícias acabam considerados ao longo do tempo como importantes pelo público. Em outras palavras, a agenda da mídia estabelece a agenda pública”

(McCOMBS, 2009, p. 22). Ou seja, o público em certa medida depende da mediação dos meios de comunicação para ter acesso à elementos e aspectos com os quais ele construirá a sua própria interpretação da realidade.

A telenovela

Apesar do foco maior de McCombs no papel dos veículos noticiosos, o autor admite o poder de agendamento da televisão e também de seus programas não jornalísticos ao refletir sobre a preocupação pública em relação ao crime. “A televisão, talvez mais através da programação de entretenimento do que através de suas matérias noticiosas, pode encorajar o medo do crime e da violência entre os espectadores” (McCOMBS, 2009, p. 53).

Segundo Lopes, “a novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamentos, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada” (2003, p. 19). Nessa perspectiva, considera-se a novela como um produto cultural que, através de mediações simbólicas, articula e atualiza um repertório de significados (OIKAWA et al., 2015). Logo, a partir desses mecanismos torna-se possível compreender como a novela consolida sua narrativa e é capaz de tematizar um assunto.

A telenovela fornece modelos daquilo que significa ser jovem, ser homem ou mulher; oferece elementos com os quais as pessoas constroem seu pertencimento étnico, de classe e até mesmo de sexualidade. Ela contribui na formação de comportamentos, juízos, valores, enfim, fornece visão de mundo e cria formas de dominação ideológica que contribuem para reiterar algumas posições hegemônicas da sociedade (OIKAWA et al., 2015, p. 153).

Ademais, a telenovela ecoa tensões, tanto internas, relacionadas a sua produção, quanto sociais, que dizem respeito às dinâmicas recorrentes ou momentâneas na sociedade brasileira. Por isso, podemos pensar a telenovela como caixa de ressonância da discussão pública em determinado período (MATTELART, 1989).

Se hoje é possível à telenovela fazer referência e debater questões polêmicas ou de grande importância para a sociedade, essa condição deve ser tributada ao seu modelo, em geral, mas especialmente ao seu caráter dialógico. Por ser uma “obra aberta”, o gênero relaciona-se direta e constantemente com a sociedade na qual se desenrola. Por isso, faz dela tanto uma

fonte de inspiração temática quanto sobre ela incide com suas criações, modificando a realidade (CZIZEWSKI, 2010, p. 12).

Em 2012, a novela das sete *Cheias de Charme* trazia como protagonistas três empregadas domésticas que lutavam por seus sonhos e se tornaram cantoras de sucesso. A trama, exibida entre 16 de abril e 28 de setembro daquele ano, é um objeto interessante para a compreensão do contexto da época, no qual havia uma popularização da ideia de “nova classe média”. Atrelado a isso, a discussão da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 66/2012 — PEC das Domésticas — ganhou espaço e foi promulgada² no ano seguinte à exibição da novela.

Aqui, deve haver um cuidado para não se pensar que *Cheias de Charme* definiu o cenário social. O que precisa-se evidenciar é o poder catalisador da telenovela em torno de discussões sobre questões sociais, preenchendo os debates e conversas do público (MATTELART, 1989).

A tendência para integrar cada vez mais o público à produção encontra uma saída lógica na incorporação ativa deste no programa, como matéria legitimadora da representatividade que a mídia tem da opinião pública e/ou como criador de um fragmento de texto. [...] A mídia empresta à audiência suas próprias palavras, para construir com ela o programa, polindo assim os procedimentos de sua legitimidade pragmática (MATTELART, 1989, p. 177).

Nesse sentido, a facilidade da telenovela em provocar afinidade com os mais variados grupos e classes sociais pode ser compreendida a partir da sua linguagem popular ao abordar questões políticas e as relações de poder na sociedade. Portanto, esse produto cultural é bem-sucedido, em geral, em conquistar a atenção das pessoas e conectá-las com os conflitos colocados em cena graças a

essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e o privado (...) inscrita no texto das telenovelas que combinam convenções formais do documentário e do melodrama televisivo. É isso que tipifica a telenovela brasileira e constitui o paradoxo de se identificar o Brasil mais na narrativa ficcional que no telejornal (LOPES, 2003, p. 25).

Assim, em geral, as narrativas colocam em evidência discussões relacionadas à individualidade. Questões sobre identidade, por exemplo, em disputa com as forças que

² Congresso promulga PEC das Domésticas. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/congresso-promulga-pec-das-domesticas/>>. Acesso em: 22 de abril de 2019.

tentam controlar a liberdade e as diversas manifestações da subjetividade da personagem. Isso tudo é posto à disposição e reverbera na esfera pública a partir do consumo da telenovela entendido como uma prática social familiar.

Como resume Czizewski (2010, p. 6 e 7) ao comentar Motter (2003), “é graças à especial aptidão no trato da dicotomia entre o público e o privado que a telenovela vai (re) construindo, (re) produzindo ou re(a)presentando os mais diversos traços da realidade social”.

O processo de tematização da transexualidade em *A Força do Querer*

Como vimos, a telenovela também é eficaz em pautar temas na sociedade, utilizando-se de estratégias narrativas próprias. Diante disso, podemos verificar os etapas de tematização em uma novela. No caso em estudo, como já indicado, a análise baseia-se na abordagem da transexualidade na novela *A Força do Querer*.

Wolf (2012) sintetiza em quatro partes as fases de construção da agenda pela mídia: 1. a focalização, que é a cobertura de um tema; 2. o framing, que é a fase do “enquadramento” do tema no contexto de um problema, como ele é interpretado pela mídia; 3. fase de vínculo do objeto com um panorama constante, em que o acontecimento torna-se parte de um sistema simbólico maior; 4. indivíduos apreendem o tema e tornam-se seus porta-vozes.

Na fase da focalização, podemos destacar a própria escolha da transexualidade como um dos eixos principais na construção da narrativa de *A Força do Querer*. O tema ocupou um espaço de grande relevância tanto dentro da trama quanto dentro da grade de programação da Rede Globo, já que a faixa das 21h é reconhecida como o horário de exibição do principal produto da emissora.

Logo após a focalização, o tema é “enquadrado”, ou seja, demarcado em um quadro interpretativo. McCombs resume o enquadramento como “a seleção de — e ênfase — nos atributos particulares de uma agenda da mídia quando se tratar de um objeto” (2009, p. 137). Tais atributos se referem, mais especificamente, ao modo como a mídia entende e traduz para a audiência as características do problema em questão.

Isto posto, o personagem Ivan, interpretado por Carol Duarte, foi o centro da discussão sobre transexualidade em *A Força do Querer*. A trama acompanhou o processo de transição do personagem, que foi apresentado inicialmente como uma

figura feminina com crises de identidade. Ao longo dos capítulos, Ivana passa a se reconhecer como um homem trans, adotando o nome masculino. Acompanhamos Ivan desde o processo de entendimento sobre sua própria identidade de gênero até a adequação da sua imagem física, passando por outras questões relacionadas à compreensão da sua singularidade.

A problemática do personagem foi inserida a partir de estratégias de *merchandising social*, com explicações didáticas e usando ferramentas de reiteração no discurso. Assim, a transexualidade foi apresentada na novela dentro do campo de discussão sobre identidade de gênero como uma condição em que indivíduo não se identifica com o seu gênero biológico.

Ao longo do desenvolvimento da trama, foram inseridas discussões sobre violência e preconceito contra pessoas LGBTQs, uso de hormônios e cirurgias para adequação de gênero, aceitação da família, uso do nome social, diferenças entre identidade de gênero e orientação sexual etc.

Além disso, o argumento teve como contraponto o transformismo, representado a partir do personagem Nonato (interpretado por Silvero Pereira), que performava a *drag queen* Elis Miranda. Dessa forma, a novela marcava as diferenças e similaridades entre as vivências de uma pessoa trans e uma transformista.

A terceira fase de construção da agenda é a que torna o objeto parte de um sistema simbólico maior. No período de exibição da novela, a discussão sobre o direito ao uso do nome social para travestis e transexuais estava em evidência pelo país³. Também podemos citar o aparecimento do tema da transexualidade em outros produtos da própria Rede Globo em um período próximo à exibição da novela.

Entre 12 de março e 2 de abril de 2017 o programa dominical *Fantástico* exibiu a série especial *Quem Sou Eu?*, que utilizava de animações e linguagem didática para

³ Inclusão do nome social em serviços públicos foi o tema da audiência pública na CMFor. Disponível em: <<http://www.cmfor.ce.gov.br/inclusao-do-nome-social-em-servicos-publicos-foi-o-tema-da-audiencia-publica-na-cmfor/>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

Câmara de Vereadores aprova uso de nome social para transexuais e travestis em Uberlândia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/noticia/camara-de-vereadores-aprova-uso-de-nome-social-para-transexuais-e-travestis-em-uberlandia.ghtml>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

falar sobre a transexualidade e suas questões⁴. Já no dia 26 de abril do mesmo ano, o *Profissão Repórter* expôs a violência que pessoas transexuais e travestis sofrem no Brasil⁵, destacando o caso do assassinato de Dandara dos Santos, travesti morta após ser espancada no Ceará⁶.

Nesse cenário, o tema da transexualidade na novela adquiriu credibilidade junto ao público, uma vez que a abordagem proposta pela trama fomentava uma articulação com outras narrativas e informações sobre o assunto. Wolf (2012) afirma que as pesquisas apontam uma “persuasão temperada pela persistência” (p. 155), ou seja, uma tendência de crescimento da saliência para o público dos temas impulsionados pela mídia. Aqui surge o problema da “centralidade” dos temas para o público, que é um fator de mediação da *agenda-setting*.

A partir daqui se estabelece a fase em que os indivíduos tornam-se porta-vozes do tema pautado pela mídia. Assim, a respeito das condições para o agendamento ocorrer, McCombs apresenta a ideia de necessidade de orientação como “um conceito psicológico que descreve as diferenças individuais no desejo de obter pistas e informação de contexto” (2009, p. 90). Logo, é através dessa necessidade de orientação que a troca de saliência entre as agendas da mídia e do público se torna possível no campo psicológico.

Nesse sentido, os indivíduos coletam as informações disponíveis para formar seus próprios mapas mentais, sua imagem do mundo, em um processo de busca de significados. “Sempre que estivermos numa nova situação, num vácuo cognitivo, por assim dizer, predomina um sentimento desconfortável até que possamos explorar e mapear aquele lugar” (McCOMBS, 2009, p. 89).

⁴ 'Quem Sou Eu?', série sobre transexuais do 'Fantástico', foi educativa e emocionante. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/2017/04/quem-sou-eu-serie-sobre-transexuais-do-fantastico-foi-educativa-e-emocionante.shtml>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

⁵ Profissão Repórter: Brasil é o país mais violento do mundo contra travestis e transexuais. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/programacao-da-tv/2017/04/profissao-reporter-brasil-e-o-pais-mais-violento-do-mundo-contra-travestis-e-transexuais>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

⁶ Travesti Dandara foi apedrejada e morta a tiros no Ceará, diz secretário. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2017/03/apos-agressao-dandara-foi-morta-com-tiro-diz-secretario-andre-costa.html>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

Segundo McCombs, a relevância “é a condição definidora inicial da necessidade de orientação” (2009, p. 91). O conceito refere-se ao interesse do indivíduo em um determinado assunto e a percepção sobre se o tema o afeta pessoalmente. Já o nível de incerteza sobre um tópico “é a segunda condição subsequente para a definição de necessidade de orientação” (2009, p. 92).

Esses princípios que formam o conceito de necessidade de orientação são interpretados por meio da relação com a educação e o processo de aprendizado. De modo geral, os indivíduos buscam informações para questões pelas quais não estão instruídos o suficiente para compor seu quadro interpretativo. Assim, quanto mais constante a opinião pública se apresenta sobre um assunto, menor é o nível de incerteza sobre o tema.

É natural do indivíduo uma necessidade de orientação que vai manifestar-se, psicologicamente, como uma demanda por informação. No entanto, tal demanda varia de pessoa para pessoa. Afinal, é indissociável do grau de importância atribuído, por cada sujeito, a determinado tema (relevância) e do quanto ele já sabe e, por consequência, do quanto ainda precisa conhecer (certeza) a respeito do assunto (CZIZEWSKI, 2010, p. 2).

Wolf explica que “a experiência direta, imediata e pessoal de um problema torna-o suficientemente saliente e significativo, a ponto de atenuar, em segundo plano, a influência da mídia” (2012, p. 155). Dessa forma, os diferentes temas também apresentam particularidades relacionadas às predisposições do indivíduo que afetam sua potencialidade em gerar o efeito de agenda.

Em síntese, o comportamento “porta-voz” da audiência na repercussão da questão da transexualidade a partir de *A Força do Querer* perpassa dois aspectos centrais. Primeiro, o valor de relevância que o próprio indivíduo tem com o tema — questão subjetiva, que pode estar relacionada com o fato do indivíduo conhecer alguma pessoa trans ou ele mesmo ser trans ou, ainda, ter afinidade com temas LGBTs, por exemplo — e, depois, a busca por mais informações, mesmo que diferentes do discurso da novela.

Logo, a tematização nas telenovelas adquire um papel relevante já que, muitas vezes, essas problemáticas são indisponíveis à maioria do público, seja pela falta de

engajamento social ou político do indivíduo, pelo simples desconhecimento do tema, ou pela pouca importância que o assunto recebe dos meios jornalísticos.

A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região. [...] Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos, deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, dos titulares dos postos de comando da sociedade (LOPES. 2003, p. 18).

Com isso, fica evidente o aspecto participativo desse “novo espaço público” no qual Lopes enfatiza o lugar da telenovela. É preciso lembrar, no entanto, que as instituições e as forças econômicas e intelectuais perderam o controle do fluxo de informações até certo ponto. Afinal, se é verdade que as discussões estão mais próximas da sociedade em geral e o poder de fala foi ampliado, não podemos deixar de observar que as forças tradicionais tendem a manter um lugar privilegiado. No caso da telenovela, que é o que nos interessa neste trabalho, o fenômeno da transferência de sua agenda para as mídias digitais, por exemplo, permite ponderar acerca da ideia de que os meios massivos perderam poder sobre a esfera pública.

A partir disso, podemos buscar compreender como as telenovelas ainda despertam discussões em torno de suas narrativas, reverberando nesse “novo espaço público”. Essa característica da telenovela, de pautar questões sensíveis à sociedade, vem se reafirmando nos últimos anos. Em certa medida, pode-se relacionar isso com a emergência e consolidação dos meios pós-massivos e a consequente liberação do polo de emissão (LEMOS, 2007).

As mídias digitais propiciaram a análise em tempo real da recepção tanto num quadro geral do público quanto de grupos específicos de interesse das produtoras de conteúdo. Desse modo, vale destacar que alguns grupos sensíveis à questão trazida na novela assumiram um papel crítico sobre como essa temática em especial é representada e apresentada ao grande público⁷.

Diante disso, um dos desafios da telenovela brasileira é não perder de vista essa relação com a realidade contemporânea, que apresenta novas formas de expressão e

⁷ Associação de Trans e Travestis critica Gloria Perez: 'Deixa a desejar'. Disponível em: <<https://www.vgnoticias.com.br/variedades/associacao-de-trans-e-travestis-critica-gloria-perez-deixa-a-desejar/40357>>. Acesso em: 16 de abril de 2019.

recepção das obras. Ao comentar o processo de criação de *A Força do Querer* em entrevista ao Observatório da Televisão, Gloria Perez citou como a liberdade de expressão ampliada pela tecnologia influenciou na sua ideia central para a obra.

Acho que a gente está vivendo um tempo de embate de querereres. Vejo muito isso em volta de mim. De querereres que se conflitam, que se harmonizam. A própria revolução tecnológica deu muito poder às pessoas. Elas podem se expressar diretamente, não precisam mais de intermediários (PEREZ, 2017).

A autora frisa a questão dos conflitos relacionados ao poder de se comunicar sem intermediários. Para ela, essa disputa faz parte da realidade atual e, por isso, tornou-se matéria-prima e fonte de inspiração para sua obra. Em contrapartida, é esse mesmo fator que proporciona o desenvolvimento da característica dialógica das produções. Graças a repercussão do texto, principalmente nas mídias digitais, o público está, cada vez mais próximo das disputas em torno do discurso da telenovela.

Disso advém a importância de se reavaliar o papel ativo dos espectadores na produção de sentidos a partir dos textos televisivos. Esses espectadores não interrompem a interpretação quando um programa termina, pois eles discutem o que assistiram uns com os outros. [...] a audiência televisiva é composta de uma ampla variedade de grupos e não por uma massa homogênea; e esses grupos lêem ativamente o texto televisivo para produzir a partir dele sentidos que conectem com sua experiência social (ROCHA, 2011, p. 188).

Nesse sentido, no processo de produção de uma novela enfatiza-se uma relação de troca estabelecida com o seu próprio público, que se estende ao longo da trama. Por isso, acompanhar a repercussão das personagens, de suas histórias, e da obra em geral, em seus inúmeros aspectos, também é essencial para a dinâmica de produção da telenovela.

Assim, a condução da história fictícia está sujeita à opinião do público telespectador, o qual, de acordo com suas demandas, pode fazer com que o curso narrativo seja alterado; e personagens, suprimidos, por exemplo. Além disso, autores podem ser trocados; e a história ter seu fim precipitado ou protelado. Todas essas resoluções são tomadas a partir – e por conta – do feedback da audiência. Entre os meios para medi-lo, vem crescendo a recorrência aos grupos de discussão com telespectadores (CZIZEWSKI, 2010, p. 5).

Considerações finais

Através desse percurso, pode-se entender como uma telenovela é capaz de pautar temas de relevância social em determinados períodos, gerando intensas discussões dentro da opinião pública. No caso de *A Força do Querer* destaca-se a repercussão do tema nas mídias digitais, que testemunharam e deliberaram sobre a trajetória de Ivan.

Entre debates, críticas, elogios e outros comentários, o fato é que a novela levou a questão da transexualidade a um público extremamente amplo e diversificado — como é o de uma telenovela das 21h —, alcançando também pessoas que não possuíam qualquer proximidade ou conhecimento sobre o tema. Mesmo assim, muitas pessoas passaram a pensar e discutir sobre o assunto na esfera pública.

Temáticas como essa, quando inseridas na fórmula narrativa melodramática, acabam gerando empatia no público por serem apresentadas de modo quase didático e sutil. Isso alimenta tanto o desejo de acompanhar aquelas histórias que emocionam e provocam reflexão quanto a vontade de descobrir o que mais sobre aquele tema é possível aprender, satisfazendo a necessidade de orientação.

Aqui, lembramos que o público interpreta e ressignifica os discursos da novela dentro de seu próprio repertório. Portanto, não há uma imposição do tema, mas sim, um processo subjetivo de apropriação do tópico, de acordo com o desejo ou interesse de cada indivíduo em aprender sobre.

Em suma, foram destacados os caminhos percorridos pela narrativa em *A Força do Querer* para que a saliência do tema da transexualidade crescesse, ou seja, o processo de tematização, de fato. Nesse sentido, a partir da resposta que os telespectadores e a opinião pública dão, a novela tenta reconquistar e ampliar seu alcance.

Assim, as produções buscam se impor no imaginário coletivo através de estratégias narrativas que podem ser interpretadas dentro do campo da Teoria da Agenda, dentre as quais destaca-se o *merchandising social*. Conclui-se, então, que a telenovela tem sim a capacidade de propor temas de relevância social seguindo processos de tematização da esfera pública.

Referências

CZIZEWSKI, Claiton César. Falando sobre a telenovela: agendamento temático a partir da narrativa de ficção. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA

COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Resumos...** Caxias do Sul: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2101-1.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: Ensaio de teoria do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2009. cap. 4. (Série Jornalismo a Rigor).

LEMOS, André. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **MATRIZES.** São Paulo, v. 1, n. 1, p. 121-137. out. 2007. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Media1AndreLemos.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Revista Comunicação & Educação.** São Paulo, n. 26, p. 17-34, jan/abr. 2003. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469/40183>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

MATTELART, Armand & Michèle. **O carnaval das imagens.** A ficção na TV. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: A mídia e a opinião pública.** Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009. (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

MOTTER, Maria Lourdes; JAKUBASZKO, Daniela. Telenovela e realidade social: algumas possibilidades dialógicas. **Comunicação & Educação.** São Paulo, v.12, n. 1, p. 55-64, jan/abr. 2007.

OIKAWA, Erika; PEREIRA SILVA, Lourdes Ana; ALVES FEITOSA, Sara. Cultura da telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo midiático em redes sociais digitais no Brasil. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.** Quito, n. 128, p. 149-164, abr/jul. 2015. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791952.pdf>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

PEREZ, Gloria. Gloria Perez sobre abordagem trans em novela: “É um drama muito grande, principalmente para as mães”. **Observatório da Televisão:** 3 abr. 2017. Entrevista concedida a Endrigo Annystond. Disponível em:

<<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/entrevista/2017/04/gloria-perez-sobre-abordagem-trans-em-novela-e-um-drama-muito-grande-principalmente-para-as-maes>>.

Acesso em: 13 de novembro de 2018.

ROCHA, Simone Maria. A análise cultural da televisão. In: GOMES, I. M. M.; JANOTTI JUNIOR, J. (Org.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 177-194.

SCHIAVO, Marcio Ruiz. Merchandising Social: As Telenovelas e a Construção da Cidadania. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP14SCHIAVO.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2017.

WOLF, Mauro. O estudo dos efeitos a longo prazo. In: **Teorias das comunicações de massa**. Tradução Karina Jannini. 6ª Ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012. p. 137-180.