

Transgênero em horário nobre: a novela ‘A força do querer’ na visibilidade de pessoas trans¹

Thomaz Cruz Oliveira²

Igor Silva de Oliveira³

Resumo: A telenovela brasileira utiliza do merchandising social para desenvolver ações de conscientização e discutir assuntos considerados ainda tabus à sociedade, sendo esta uma das principais características da obra da autora Gloria Perez. Com isso, este estudo pretende analisar a novela *A Força do Querer*, exibida em 2017, e sua proposta em dar visibilidade a pessoas transgênero e estimular discussões sobre o tema.

Palavras-chave: Telenovela; A força do querer; Transgênero; Merchandising social.

Introdução

As telenovelas brasileiras surgiram em 1951 como um produtor inovador e despretensioso. Com o tempo, as produções começaram a melhorar a qualidade estética e textual. Deixaram de ser um gênero que seguia influências de produções latinas e passaram a produzir um ritmo próprio a partir de 1968/69 com a novela de *Beto Rockfeller*.

Nas décadas de 80 e 90, as novelas se popularizaram e ações educativas e sociais, conhecidas também como merchandising social, começam a ser implementado com o objetivo de promover uma conscientização ao público, e até mesmo uma crítica ao cenário atual do país. Segundo a empresa *Comunicarte*⁴ “o merchandising social se constitui como uma inserção intencional, sistemática e com os propósitos educativos bem definidos – de questões sociais e mensagem educativas nas tramas e enredos das telenovelas”.

A Força do Querer, telenovela produzida pela Rede Globo em 2017, promoveu o debate das pessoas transgenero ao público. A luta da personagem Ivana em entender sua identidade trouxe ao telespectador um assunto necessário de debate e conscientização.

A visibilidade de um personagem trans em horário nobre dentro um produto de massa reforça o valor do quanto as telenovelas podem promover a discussão de assuntos

¹ Trabalho apresentado na IJO4 - Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em

² Graduando do 7º semestre de Comunicação Social- Jornalismo pela Universidade da Amazônia – UNAMA.

³ Professor de Comunicação Social da Universidade da Amazônia e orientador do trabalho.

⁴ Empresa de consultoria em comunicação e gestão socioambiental especializada em ações sociais.

contemporâneos, e, através da fusão entre ficção e realidade, tais temas tornam-se visíveis ao grande público e ganham espaço na grande mídia.

A teledramaturgia brasileira

A primeira telenovela produzida no Brasil foi em 1951, pela TV Tupi. *Sua Vida Me Pertence* era gravada e não era transmitida todos os dias. Tinha características melodramáticas e sofria forte influência do modelo de produções latinas. Segundo Silva (2013), as produções só se tornaram diárias a partir de 1963 com *2-54499 Ocupado*, de Alberto Migre, apresentando nos papéis principais Gloria Menezes e Tarcísio Meira, pela TV Excelsior.

Até então as telenovelas eram produzidas com influências latinas, e só abandonou essa característica no ano de 1968/69 com a novela *Beto Rockfeller*. Segundo Balbino, o estilo dramalhão herdado dá lugar ao estilo próprio de se fazer novela.

Portanto, foi com a telenovela *Beto Rockfeller* que os enredos ganharam brasilidade e verossimilhança, e com isso o estilo dramalhão herdado pelos cubanos, mexicanos e argentinos foi substituído por um estilo próprio que se aproximava aos dilemas do personagem aos conflitos da vida de quem assistia. (BALBINO, 2013, p. 4)

Nas décadas seguintes, as produções se tonam cada vez mais realistas e alcançando uma abrangência nacional. *Irmãos Coragem* (1970) e *Selva de Pedra* (1972) foi um marco do que a telenovela se transformaria nas décadas a seguir. A primeira rompeu a resistência masculina às telenovelas, sendo mais assistida que o jogo Brasil e Itália na copa de 1970. A segunda atingiria a marca até então de maior audiência da TV brasileira⁵.

É a partir desse cenário em que as telenovelas começam a se modernizar e ganhar mais qualidade técnica e estética. Em paralelo, autores brasileiros começam a explorar a realidade brasileira. De acordo com Souza (2015, n.p) “A telenovela reflete momentos da história, dita moda mexe com o comportamento da sociedade, influencia outras artes, presta serviços sociais, enfim, esta ligada a vida dos brasileiros de todas as idades e faixas sociais”. Na década de 1980, é possível identificar telenovelas com crítica social e com as primeiras ações sociais- conhecidas como merchandising social mais tarde.

Segundo Balbino (2013, p.1) “Os novelistas brasileiros já escrevem suas sinopses dando espaço na narrativa para discutir problemas presente da sociedade brasileira”. A partir da década de 90, as novelas ganham mais recursos e a introdução de ações sociais e educativas passam a se intensificar, e se tornando constantes em novelas da Gloria Perez, *Barriga de Aluguel* (1990), *De Corpo e Alma* (1992) e *Explode Coração* (1995); Manoel

⁵ Informações disponíveis no livro *Memória Globo*, 2006, Editora Globo

Carlos com *História de Amor* (1995) e *Por Amor* (1997) e Benedito Ruy Barbosa em *Renascer* (1993) e *O Rei do Gado* (1996).

A teledramaturgia de Gloria Perez e suas temáticas

Gloria Maria Rebelo Ferrante, conhecida como Gloria Perez, nasceu no Rio Janeiro em 25 de setembro de 1948. Após o nascimento, gloria se mudou para o Acre e aos 16 anos, mudou-se para Brasília, onde cursou direito e filosofia pela Universidade de Brasileira (UnB). Mudou-se para São Paulo e logo após para o Rio de Janeiro, onde cursou história pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Antes da sua primeira autoria em novelas, Gloria escreveu um episódio para o seriado *Malu Mulher* em 1979. O capítulo não chegou a ser gravado, mas chamou atenção da autora Janete Clair, sendo colaboradora da mesma 4 anos depois na novela *Eu Prometo* (1983). Janete faleceu no mesmo ano e coube a Gloria terminar a novela com a colaboração de Dias Gomes.

Um ano depois, Gloria escreveria sua primeira novela, *Partido Alto* (1984). A novela contou com a parceria do também estreante Aguinaldo Silva. Por uma incompatibilidade de ideias, Aguinaldo saiu e coube a Gloria assumir sozinha a autoria. *Partido Alto* contava a história de personagens femininos da zona sul e o do subúrbio do Rio de Janeiro. Já na sua primeira novela, Gloria procurou introduzir discussões importantes, mostrando a realidade e dificuldade dos moradores do subúrbio.

Em entrevista ao Portal *IG*⁶, Gloria Perez (2015) contou sobre a primeira discussão de um tema social em suas novelas.

Decidir mostrar o subúrbio real e fui ao bairro do encantado, no Rio de Janeiro. Lá, descobri que eles não tinham ônibus. Coloquei a Sulamita (Marilu Bueno) chegando em casa com o sapato na mão, pois vinha andando de outro bairro. Logo colocaram ônibus passando lá. A partir daí vi que poderia levantar temas muito maiores.

Ainda na década de 80, Gloria escreveu *Carmen* (1987) para a extinta TV Manchete. A novela discutiu o drama das pessoas portadores de HIV, tema ainda tabu na época. Através de um personagem feminino, a autora desconstruiu a ideia da doença estar relacionada à homossexualidade, e ao longo da novela desenvolveu uma campanha na prevenção da doença, visto que a personagem teria sido infectada após uma transfusão de sangue.

⁶ Disponível em: <[http://www.osul.com.br/gloria-perez-relembra-campanhas-sociais-em-novelas-ja-fui-chamada-de-louca](http://www.osul.com.br/gloria-perez-relembra-campanhas-sociais-em-novelas-ja-fui-chamada-de-louca;)>.
Acesso em: 24 Abr. 2018

Na década de 90, Gloria voltaria para a Rede Globo e escreveria outras três novelas. *Barriga de Aluguel* (1990) que discutiu a inseminação artificial. Assunto pouco debatido e taxado como loucura pela própria emissora cinco anos antes. *De Corpo e Alma* (1992) tratou do transplante de órgãos, e já na sua semana de estreia o Instituto do Coração (INCOR) em São Paulo recebeu nove órgãos para transplante, sendo que o INCOR estava há dois meses sem doação.

Em *Explode coração* (1995) a autora abordou o desaparecimento de crianças. No final de cada capítulo era apresentado um depoimento de uma mãe a procura do seu filho. O resultado foi que mais de 60 crianças foram encontradas até o fim da novela.

Na década seguinte, Gloria Perez voltaria a escrever outras três novelas. *O Clone* (2001) que discutiu a clonagem humana, o islamismo e a dependência química. Pelo trabalho de *O Clone*, a autoria foi homenageada pela Associação Brasileira de Alcoolismo e Drogas (ABRAAD), eleita personalidade do ano pelo Conselho Estadual Antidrogas do Rio de Janeiro (CEAD/RJ) e premiada pelo FBI⁷.

Em *América* (2005) a autoria discutiu a imigração ilegal, diversidade cultural, deficiência visual e a homossexualidade. Em *Caminhos das Índias* (2009), Gloria abordou a cultura indiana, e foi premiada com o *Emmy*⁹ de melhor novela do ano. Já em 2012, em *Salve Jorge*, a autoria abordou o tráfico internacional de mulheres.

A Força do Querer

A Força do Querer foi uma telenovela produzida pela Rede Globo, exibida entre 03 de Abril a 20 de Outubro de 2017, no horário das 21 horas da emissora. Escrita por Gloria Perez e com direção de Rogério Gomes, a novela aborda a diversidade, tolerância, dificuldades de compreender e aceitar o que é diferente de nós. E do embate entre o querer (vontade) e os limites éticos e morais que permeiam nossas escolhas.¹⁰

Como já marca de seus trabalhos, Gloria trouxe o debate de temas voltados a problemáticas sociais contemporâneas, como a dependência em jogos e as pessoas transgênero. Em entrevista ao portal *Meio e Mensagem* (2017)¹¹ a autora contou a importância de mostrar a realidade de pessoas trans e os dilemas para compreender sua identidade de

⁷ Informações disponíveis no livro *Memória Globo*, 2006. Editora globo.

⁸ Polícia Federal dos Estados Unidos.

⁹ Prêmio de maior prestígio dedicado a programas e profissionais da televisão.

¹⁰ Disponível em: < <http://gshow.globo.com/tv/noticia/2016/12/nova-novela-das-9-conheca-trama-e-os-personagens-de-forca-do-querer.html> >. Acesso em: 27 jun.2018.

¹¹ Disponível em: < <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/03/31/tenho-orgulho-de-ter-introduzido-campanhas-sociais-em-novelas.htm> >. Acesso em: 24 Abr. 2018.

gênero: “Em *A Força do Querer* a jornada de Ivana para compreender sua identidade de gênero. O processo todo desde o início e do momento quando ela se olha no espelho e não reconhece até passar por todas as descobertas”

Ao longo da novela, as pessoas foram conhecendo o drama de Ivana, e Gloria Perez construiu aos poucos as angústias da personagem. Com uma movimentação lenta, o ritmo colaborou para que a história fosse mais verossímil, e fazer com que o público acompanhasse com mais clareza o conflito da personagem.

Com uma tarefa difícil, *A Força do Querer* explorou em TV aberta um assunto até então pouco conhecido, e ainda tratado com tabu. Em entrevista ao „*Estadão*”¹² Gloria Perez (2017) contou que a ideia era de promover o debate.

O segredo foi criar essa empatia, para depois mostra qual era o problema de Ivana. [...] Daí o público já tinha criado com ela uma empatia. Até pessoas muito conservadoras já estavam angustiadas com o sofrimento dela, e queriam que ela fosse feliz do jeito que fosse.

A Força do Querer foi considerada a melhor novela de 2017 pelo troféu imprensa¹³, e reforço ao longo de sua exibição a importância que ações sociais – merchandising social – têm ao propor temas ainda delicados e que a sociedade desconhece.

Em entrevista ao portal *O tempo*¹⁴ (2017) Para Mauro Alencar¹⁵, o tema contemporâneo abordado foi extremamente importante para o sucesso da novela.

O Elemento „novo” está exatamente nos temas contemporâneos, abordando com total domínio na transposição do real para o ficcional. Nesse podemos dizer que dentro da literatura dramática, Gloria elevou a máxima potência o que denominamos de novela-reportagem.

Personagem Transgênero

Pela primeira vez na televisão aberta se discutiu e mostrou os dramas e dilemas de uma pessoa transgênero. A novela através da personagem Ivana contou a história de pessoas que passam pelo conflito na identidade de gênero, aceitação do corpo e suas relações familiares e sociais. Segundo o *Guia de Orientação Sobre a População Trans*, ser transgênero não tem nada a ver com orientação sexual.

¹² Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao/hoje-vivemos-uma-epoca-em-que-tudo-se-polemiza-diz-gloria-perez.70002046123>>. Acesso em: 24 abr. 2018

¹³ Premiação de melhores produtos anuais da televisão brasileira e música

¹⁴ Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/divers%C3%A3o/magazine/a-for%C3%A7a-do-querer-faz-hist%C3%B3ria-na-tv-ao-comprovar-o-poder-do-novel%C3%A3o-1.1531292>>. Acesso em: 27 mai.2018.

¹⁵ Doutor em Teledramaturgia Brasileira e Latino Americana pela Universidade de São Paulo (USP)

A transexualidade é uma questão de identidade, não é uma doença, não é uma perversão sexual nem é debilitante ou contagiosa. Não tem nada a ver com orientação sexual, como se geralmente se pensa, não é uma escolha ou capricho. Ela é identificada ao longo de toda uma história e no mundo inteiro. (JESUS. 2012, p. 7)

Ivana era filho de Eugênio (Dan Stubanch) e Joice (Maria Fernanda Candido), tinha uma relação boa com o pai e com a mãe uma relação delicada, já que a mãe queria refletir todos os seus gostos na filha. Em um primeiro momento, a personagem convive com constantes conflitos e não o compreende, o que lhe provoca um desconforto até na sua dificuldade de se relacionar com Claudio (Gabriel Stauffer). Em segundo momento, Ivana começa a procurar ajuda, e após consultas frustradas, a personagem conhece Tê (homem trans) e partir daí passa a se compreender se identificando com a história. Ivana passa a entender que não é uma mulher e sim um homem. Em um terceiro momento, Ivana passa a encarar seus dilemas. Começa a tomar hormônio e dar andamento a uma transformação. Após ter um conflito com os pais, a personagem sai de casa e passa a lidar com as dificuldades da vivência trans nas ruas e na busca por emprego.

A autora disse em entrevistas que a demora de Ivana para se entender e se transformar se dá ao público não estar acostumado com esse debate, e assim, de maneira didática a história ficou mais fácil ao público compreender. Questionada sobre uma possível rejeição, a autora em entrevista ao portal *Uol*¹⁶ (2017) também disse que não tinha plano B.

Nem pensei nisso. Sendo um tema ainda tão desconhecido para a maioria das pessoas, a preocupação foi construir empatia pelo público por Ivana. Isso feito o caminho estava livre para que ela fizesse a transição. O público compreendeu a angústia dela e a descoberta da sua identidade. Está indo junto com ela.

Também como a personagem de *A Força do Querer*, Henry Brandão já se viu chorando na frente do espelho. Henry conta que também se sentia diferente, desconfortável com algo mas que não sabia o que era.

Em entrevista ao portal *Folha*¹⁷ (2017), Beatriz Azevedo, diretora de responsabilidade social da Rede Globo, explica que o departamento de redes sociais busca conversar com especialistas e escutar a sociedade em entender as angústias de uma juventude que está mais empoderada. “Há um interesse especial com menos de 30 anos, se há assuntos com os quais as famílias e as escolas estão lidando, nada mais natural que eles reverberem na televisão”.

¹⁶ Disponível em: < <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2017/08/gloria-perez-nao-tinha-plano-b-caso-ivana-fosse-rejeitada-o-publico-compreendeu-a-angustia-dela.shtml>>. Acesso em: 27 mai. 2018

¹⁷ 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: 24 abr.2018

Repercussão do Tema

A *Força do Querer*, ao discutir a identidade de gênero e as questões de pessoas trans, foi avaliada por comunidades envolvidas com o tema. Segundo a presidente Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA), Keila Simpson, em entrevista ao portal IG¹⁸ (2017) a novela mesmo com pontos positivos apresenta ressalvas. A presidente e os demais associados reivindicam que essas interpretações sejam cada vez mais feitas por pessoas trans. Dentro dos associados da ANTRA que assistem a novela, há o que se incomodam com a maneira patológica que o tema é tratado, já que o grupo luta para a quebra desse estigma. Entretanto, Keila diz que a novela tem seus méritos.

A novela faz essa personagem entrar em diferentes casas. Então eu acho que aí é válido no ponto de vista que todas as famílias do Brasil que assistem a novela conseguem absorver um pouco das dificuldades e dos contratemplos que fazem parte da identidade trans. Tomara que [as pessoas] consigam perceber que a questão da vivência, da identificação, não é uma coisa que você escolhe fazer. É inerente da pessoa. Eu acho que dessa forma a novela traz um componente muito interessante, que é de ampliar e abrir o debate que ainda não está aberto

Ainda segundo a ANTRA, em nota sua página na rede social Facebook, a novela precisa corrigir alguns erros nos termos para definir gays, travestis, transexuais e transgêneros e afirma querer ajudar Gloria Perez

Queremos contribuir para que a novela de fato passa ser um canal de entretenimento e também educativo diante da complexidade que são as identidades trans, população tão vulnerável devido a exclusão provocada pela transfobia. [...] nos colocamos a disposição para dialogar mais e aproveitar sobremaneira a oportunidade trazida pela autora, mas vimos através da nota expor não acionado pessoal, mas de inúmeras travestis e transexuais que esta entidade nacional representa Brasil a fora

Já o jornal norte-americano *The New York Times* fez uma reportagem no dia 7 de junho de 2017 sobre a importância de *A força do Querer* para os transgênero. O jornal entrevistou a produção de *Pablo Vittar*¹⁹, e moradores da *Casa Nem*²⁰. O texto é assinado por Shannos Sims e explica que a novela tem um público amplo no Brasil em uma época em alta

para assuntos relacionados a gays e transgêneros, e ainda diz que a história de Ivan

¹⁸ Disponível em: <<http://gent.informações-disponíveis-no-livro-Memória-Globo,2006.e.ig.com.br/tvenovela/2017-05-29/merchandising-social-novelas.html>>. Acesso em: 27 mai. 2018

¹⁹ Drag Queen Brasileiro

²⁰ Abrigo no Rio de Janeiro que recebe pessoas LGBTI que foram expulsas de casa

transmitida após o telejornal mais assistido no país é o retrato positivo proeminente de questões trans na cultura pop.

Segundo Lethycia Siqueira, entrevistada na matéria do jornal estrangeiro, diz que viveu tudo que a novela mostrou, e que pessoas trans passam por dificuldades e enfrentam o preconceito, não importa seja a cor ou classe. E ainda conta que as pessoas trans sempre foram invisíveis e que pelo menos agora as pessoas têm chance de abrir o coração e vê-los

Importância do tema ser discutido em horário nobre

A *Força do Querer* mostrou como uma telenovela pode ser eficaz em abordar temas polêmicos da atualidade para a construção de debates, ou mesmo através de ações didáticas que sensibilizem o público, e a partir daí estimular uma nova abordagem sobre o tema, até mesmo uma mobilização.

As ações sociais e educativas vistas em *A Força do Querer* podem ser identificadas como merchandising social, uma abordagem que ficou conhecida a partir da década de 1980 e se intensificou na década seguinte. De acordo como pesquisador Plábio Desidério, o merchandising social estimula a reflexão e não busca vender produtos.

O merchandising social busca vender mensagens educativas nas tramas das novelas, ele o faz não para vender produtos, mas estimular a reflexão acerca de determinados comportamentos e com características que aproximam de uma campanha publicitária, por isso que a Rede Globo nomeou a prática de merchandising social, bem próximo de um marketing social. O merchandising torna-se um elemento imprescindível para a rede globo produzir suas ficções, e no caso do merchandising social deixando de forma explícita na narrativa, ele pode ser considerado um instrumento às mãos da emissora para promoção de ações educativas (DESIDÉRIO, 2012, p. 386),

Por outro lado, existem as críticas de que a prática do merchandising social seria “mais uma técnica de marketing do que uma exemplar forma de reflexão pública” e o questionamento da “continuidade do trabalho educativo e reflexivo iniciado na narrativa e terminado, muitas vezes, com um clássico final feliz.” (RIBEIRO e SILVA, 2013, p.133)

Sendo uma das precursoras do merchandising social em telenovelas brasileiras, Gloria Perez em *A Força do Querer* trouxe um tema importante e necessário para a sociedade. Visto que segundo dados do Grupo Gay da Bahia (GGB), 144 transgêneros foram mortos no país em 2016. Já segundo a ANTRA, até outubro de 2017, período em que a novela terminou, já tinham sido registradas 138 mortes, incluindo o caso Dandara dos Santos, mulher trans

assumida que foi espancada e assassinada por oito homens em fevereiro de 2017, no Ceará, e teve imagens de sua tortura divulgadas na internet.

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.

Segundo Mauricio Stycer²¹, o drama de Ivana comoveu o público porque o público percebeu que ela era importante, mas que entender um tema é necessário, não cabe ficar escondido²².

Talvez a maior lição que a novela possa tirar de A força do querer é que a trama de Ivana na novela é que não basta o assunto ser importante ele precisa ser percebido pelo público como tal. A discussão sobre os temas LGBT está um momento de grande evidência. Parte da sociedade parece entender que esse tema é necessário e não merece ficar escondido. Soma-se a isso, a curiosidade e o desconhecimento que parecem existir sobre esta questão específica a da transexualidade.

Para Helena Vieira²³ a função da novela não é fazer ativismo, e sim entreter, mas que é preciso de ferramentas do mercado. E que apesar da novela atingir uma determinada faixa etária, ela pôde desenvolver uma sensibilidade sobre a transexualidade.

Segundo Silva (2013, p.43), “por ser um mecanismo narrativo é que o uso do merchandising deve parecer natural e confundir-se com a própria construção do enredo. Outro fator importante para que o merchandising social seja eficaz é ele ser contemporâneo” Como afirma também Schiavo (2002, p.3) “Uma das características intrínsecas do merchandising social é a contemporaneidade sendo efetivo em seus propósitos de alavancar e sustentar mudanças comportamentais junto com os telespectadores, fazendo assim conexão direta com as expectativas da sociedade”.

Com uma movimentação lenta, mas necessária, Gloria Perez soube ser didática e se utilizou do merchandising social para abordar o assunto para o público, já que boa parte da sociedade desconhecia o tema. O trabalho de *A Força do Querer* trouxe essa mesma sensibilidade e envolvimento emocional. Segundo Helena Vieira em entrevista ao portal *Nexo*²⁴, *A Força do Querer* chegou à altura em que as pessoas torceram pela personagem.

²¹ Jornalista, crítico do portal UOL e colunista de TV

²² Disponível em: <<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2017/08/29/drama-de-ivana-funcionou-porque-o-publico-percebeu-que-ele-era-importante/>>. Acesso em: 24 abr. 2018

²³ Escritora, pesquisadora sobre gênero e sexualidade no núcleo de políticas de gênero na UNILAB.

²⁴ Disponível em: <www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/27/Qual-a-importancia-de-uma-novela-das-nove-abordar-a-transexualidade-segundo-esta-ativista>. Acesso em: 27 maio 2018.

A mãe de um amigo meu, um menino trans, assiste a novela. Ela não deixava ele sair com roupas de menino na rua, mas começou a permitir porque começou a ver o sofrimento dentro de outra perspectiva. Isso é importante, mas não revolucionário. Além disso, a gente só se identifica com uma identidade quando sabemos que ela existe. As pessoas precisam conhecer esse rol identitário. A figura do travesti e do homossexual já existe no imaginário, diferente do homem trans, que é um lugar recente.

Considerações finais

Sabe-se que há muito tempo as telenovelas produzidas no Brasil deixaram de ser apenas um produto do entretenimento da televisão aberta. A inserção frequente de temas atuais proporcionou a tais produções o poder de ser agente que apresenta e promove debates em milhares de lares que desconhecem sobre um determinado assunto, principalmente quando envolve relações sociais e familiares, o que encontra diálogo com as pesquisadoras Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Maria Cristina Palma Mungiolli ao afirmarem que “em permanente diálogo com essas transformações, a televisão atua sobretudo na difusão de novas imagens de gênero, comportamentos, relacionamentos amorosos e familiares, produzindo sentidos a partir da chave da tolerância e da aceitação das diferenças.” (2015, p.154)

Gloria Perez que é uma percussora nas ações sociais e educativas nas suas novelas explorou um tema delicado e contemporâneo, a transexualidade. E o merchandising social visto em *A Força do Querer* trouxe para muitas pessoas esclarecimentos e visibilidade à população trans. O horário nobre foi ferramenta de visibilidade sobre a luta de pessoas que não se identificam com o gênero que nasceram.

A história de Ivana representou uma parte da população ainda marginalizada e que ainda luta por reconhecimentos legais. Também mostrou o preconceito que essas pessoas vivem dentro ou fora de casa

Poder implementar a discussão de um tema ainda tão pouco pautado é poder carregar consigo uma grande responsabilidade social, mesmo que o principal objetivo da telenovela não seja esse. O trabalho de Gloria Perez mostra que o público das telenovelas brasileiras espera saber mais sobre assuntos atuais e ainda não muito debatidos no horário nobre da televisão aberta. Logo, *A Força do Querer* em 2017 pode deixar um legado de um assunto que precisa ser explorado. As pessoas trans precisam ser representadas e visibilizadas como qualquer outra pessoa que deve ter seus direitos reconhecidos e respeitados. Sendo assim, discutir sobre pessoas trans deve ir além do período de exibição da telenovela, porém, é importante ressaltar o quanto é necessário introduzir esse tema em um produto da comunicação de massa, e assim possibilitar ações semelhantes no futuro.

Referências

BARGAS, Diego. **Uol**, 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: 24 abril 2018.

BARGAS, Diego. **Uol**, 2017. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2017/08/gloria-perez-nao-tinha-plano-b-caso-ivana-fosse-rejeitada-o-publico-compreendeu-a-angustia-dela.shtml>>. Acesso em: 27 maio 2018.

CABETTE, Fábio André. **Nexo**, 2017. Disponível em: <www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/27/Qual-a-importancia-de-uma-novela-das-nove-abordar-a-transexualidade-segundo-esta-ativista>. Acesso em: 27 maio 2018.

DESIDERIO, P.M.M (2013). **Merchandising social: A dinâmica do termo e sua apropriação pela teledramaturgia**. *Revista interamericana de comunicação midiática*: 12(24), 377-396.

JESUS, Jaqueline. **Orientações sobre identidade de gênero: conceitos e termos**. Brasília: Autor, 2012. PDF. 24 junho 2018.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Brasil: Tempo de Séries Brasileiras?**. In: *Relações de gênero na ficção televisiva: anuário Obitel 2015 / coordenadores-gerais Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo Orozco Gómez*. – Porto Alegre: Sulina, 2015.

MAIOR, Marcel Souto. **Memória Globo; pesquisa memória globo**. São Paulo: Globo, 2006.

MARIA, Laura. **O tempo**, 2017. Disponível em: <www.otempo.com.br/diversao/magazine/a-forca-do-querer-faz-historia-na-tv-ao-comprovar-o-poder-do-novela-1.1531292>. Acesso em: 27 maio 2018.

MENDONÇA, Gabriela. **IG**, 2017. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/tvenovela/2017-05-29/merchandising-social-novelas.html>>. Acesso em: 24 abril 2018.

PEREIRA, Jhonata. **IG**, 2015. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/tvenovela/2015-10-10/gloria-perez-relembra-campanhas-sociais-em-novelas-ja-fui-chamada-de-louca.html>>. Acesso em: 27 maio 2018.

RÉ, Adriana Del. **Estadão**, 2017. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,hoje-vivemos-uma-epoca-em-que-tudo-se-polemiza-diz-gloria-perez,70002046123>>. Acesso em: 24 abril 2018.

SACCHITIELLO, Barbara. **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: 24 abril 2018.

SCHIAVO, M.R. **Merchandising social: as telenovelas e a construção da cidadania**. Congresso em ciências da comunicação, XXV,2002,Salvador (Bahia).Trabalho apresentado no NP 14- Núcleo de pesquisa em ficção seriada.

SILVA, Anderson Lopes da; RIBEIRO, Regiane Regina. **O merchandising social como estratégia comunicativa no discurso ficcional televisivo: enquadramentos e leituras**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, v. 16, n. 2, p. 131-145, jul./dez. 2013.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos da televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2015.

STYCER, Mauricio. **UOL**, 2017. Disponível<
<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2017/08/29/drama-de-ivana-funcionou-porque-o-publico-percebeu-que-ele-era-importante/>>. Acesso em: 24 abril 2018.

ZACARIOTTI, M. & COSTA, V. **Merchandising social: Ficção e realidade**. *Unirevista*. v1,n.3,julho 2006.

_____. **Gshow**, 2016. Disponível em:<
<http://gshow.globo.com/tv/noticia/2016/12/nova-novela-das-9-conheca-trama-e-os-personagens-de-forca-do-querer.html>>. Acesso em: 27 maio 2018.