



## Telenovela e controvérsias: públicos mobilizados em torno de “A Força do Querer”

Telenovela and controversy: mobilized audiences surrounding “A Força do Querer”

Telenovela y polémica: audiencia movilizada en torno a “A Força do Querer”

**Cecília Almeida Rodrigues Lima** - Universidade Federal de Pernambuco | Recife | Pernambuco | Brasil | [cecilia.almeidaarl@gmail.com](mailto:cecilia.almeidaarl@gmail.com) |  <https://orcid.org/0000-0002-9771-0396>.

**Resumo:** Este artigo analisa a telenovela brasileira e seu potencial de mobilizar públicos em torno de controvérsias no ambiente das redes sociais digitais. A partir de uma análise das interações nos perfis do Gshow, categorizadas a partir dos pressupostos da Teoria Fundamentada (TF), apresenta-se uma tipologia de sujeitos que publicam comentários sobre telenovelas. O corpus foi delimitado nas publicações com maior engajamento sobre a telenovela “A Força do Querer” (2017), a partir dos conteúdos publicados pelo Gshow, no Twitter e Facebook, além das respostas e comentários dos usuários. A pesquisa conclui que trocas polêmicas entre fãs e antifãs contribuem de modo significativo para que as controvérsias ganhem maior alcance e durabilidade.

**Palavras-chave:** Telenovela. Controvérsia. Públicos em rede.

**Abstract:** This paper analyzes the Brazilian telenovela and its potential to mobilize audiences around controversies in the environment of digital social networks. Based on an analysis of the interactions in Gshow profiles, categorized based on the assumptions of the Grounded Theory (TF), it presents a typology of subjects who publish comments about soap operas. The corpus was delimited in publications with greater engagement on the telenovela “A Força do Querer” (2017), based on the content published by Gshow on Twitter and Facebook, in addition to responses and comments from users. The research concludes that exchanges between fans and anti-fans contribute significantly for the controversies to gain greater reach and durability.

**Keywords:** Telenovela. Controversy. Networked publics.

**Resumen:** Este artículo analiza la telenovela brasileña y su potencial para movilizar audiencias en torno a controversias en el entorno de las redes sociales digitales. A partir de un análisis de las interacciones en los perfiles de Gshow, categorizadas a partir de los supuestos de la Grounded Theory (TF), presenta una tipología de sujetos que publican comentarios sobre telenovelas. El corpus se delimitó en publicaciones con mayor engagement en la telenovela “A Força do Querer” (2017), en base al contenido publicado por Gshow en Twitter y Facebook, además de respuestas y comentarios de los usuarios. La investigación concluye que los intercambios entre fans y anti-fans contribuyen significativamente a que las controversias



ganen mayor alcance y durabilidad.

**Palabras clave:** Telenovela. Controversia. Audiencias conectadas.

 <http://dx.doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n21p168-195>

Recebido em junho 2021 – Aprovado em agosto 2021.



## 1 Introdução

A telenovela brasileira é definida por diferentes autores (PALLOTTINI, 1998; BALOGH, 2001) como um instrumento para motivar debates sociais. As telenovelas “levantaram e talvez tenham mesmo ajudado a dar o tom dos debates públicos” (LOPES, 2003, p. 20), utilizando uma estrutura narrativa que herda dos melodramas e romances em folhetim (PALLOTTINI, 1998) uma vocação para gerar contendas em torno do seu enredo. Para Lopes (2003), a partir da ficcionalização do cotidiano da família média brasileira e de seus dramas domésticos, a telenovela oferece os elementos para que os brasileiros possam discutir a própria sociedade.

As transformações tecnológicas e a maior disponibilidade de conteúdos de entretenimento têm contribuído para a diminuição nos números da audiência televisiva. Diante de opções mais convenientes em relação à rigidez da grade de programação, o consumidor tem optado por conteúdos alinhados aos seus interesses específicos (URICHIO, 2009). A indústria televisiva incorporou as tecnologias digitais, num modelo de produção transmídia (FECHINE *et al.*, 2013), no qual as plataformas de redes sociais são fundamentais para a circulação de conteúdos. No Brasil, em 2017, as redes sociais foram usadas para comentar o que se assistia e gerar engajamento entre produtores e telespectadores (SOCIAL..., 2018).

Quando observamos as redes formadas em torno de telenovelas, reparamos a quantidade de comentários de teor polêmico, e a disposição dos sujeitos para participar de controvérsias. Esta percepção motivou o desenvolvimento de pesquisa de doutorado (LIMA, 2018), que tinha como principal objetivo identificar o valor estratégico das controvérsias para a difusão de conteúdos transmídias – tendo a telenovela como objeto principal e buscando entender como se relaciona a vocação do gênero em gerar controvérsias com os algoritmos de redes. Em ambientes como Twitter e Facebook, algoritmos privilegiam conteúdos que acumulam



grande número de interações ao longo do tempo<sup>1</sup>. Isso vale para a capacidade da conversa de despertar reações emocionais (DIAS, 2018).

Identificamos que existe na audiência televisiva um tipo de consumidor particular, que possui um intenso vínculo emocional com o texto e grande disponibilidade para atuar nesses ambientes: o fã. Mas as controvérsias relacionadas às telenovelas podem envolver diversos tipos de sujeitos, inclusive indivíduos que sequer consomem a telenovela.

Este artigo analisa a cadeia de sujeitos (Produtores, Fãs, Antifãs, Espectadores Casuais e Não Espectadores) que pôde ser classificada a partir de controvérsias relacionadas à telenovela “A Força do Querer”, da TV Globo. A obra foi selecionada como recorte por ter sido telenovela da emissora que mais se destacou, em termos de engajamento, no período de 2014 a 2017, conforme um dos achados da pesquisa de doutorado da qual se origina este artigo (LIMA, 2018).

Escrita por Glória Perez e exibida no horário das 21h, entre 3 de abril e 21 de outubro de 2017, “A Força do Querer” (2017) apresentou diversos elementos potencialmente controversos. Em uma abordagem que reflete o pedagogismo das telenovelas da emissora, tratou de temas atuais como transexualidade e tráfico de drogas. Além disso, “A Força do Querer” trouxe recursos típicos do gênero, como triângulos amorosos e conflitos familiares. Protagonistas carismáticos como Zeca (Marco Pigossi) e Jeiza (Paolla Oliveira) passaram por provações, obstáculos e múltiplos interesses românticos até finalmente serem premiados com um típico “final feliz”, a partir da confirmação do casamento. A luta entre o bem e o mal ficou evidente pela vilania de personagens como Irene (Débora Falabella), que tramava maldosamente para destruir o casamento de Joyce (Maria Fernanda Cândido) e Eugênio (Dan Stulbach).

---

<sup>1</sup> Embora esta seja uma explicação simplista sobre o modo de funcionamento dos algoritmos das redes sociais digitais, não nos alongaremos nesta definição para não desviar o foco do artigo.



Destaca-se o arco narrativo de Ivana/Ivan (Carol Duarte), personagem que vive uma jornada de autodescoberta e atravessa um longo processo de transição de gênero. Além de alcançar seus objetivos, Ivan tem um desfecho romântico positivo, ao lado de Cláudio, seu antigo namorado. O tema causou controvérsia entre conservadores, que, antes mesmo da estreia, se mobilizaram para pedir para que a Rede Globo não exibisse o tema (SOUZA, 2017). Vale considerar que o Brasil é o país que lidera o ranking mundial de assassinatos de transexuais, segundo relatórios anuais da Associação Nacional de Travestis Transexuais do Brasil (ANTRA)<sup>2</sup> e da ONG Europeia Transgender Europe (2016)<sup>3</sup>, além de historicamente ter um legislativo com forte presença de bancadas conservadoras e/ou religiosas, que se posicionam de forma contrária às pautas que se referem à ampliação de direitos LGBTQIA+ e a buscar soluções para reduzir a violência a essas populações<sup>4</sup>.

O folhetim teve média de 36 pontos de audiência, superando suas quatro antecessoras logo nas primeiras semanas. Capítulos como o momento em que Ivan(a) se assume transexual para os pais; a briga entre Irene e Joyce; e a prisão da traficante Bibi registraram recordes de audiência. O último capítulo teve média de 50 pontos, com picos de 53, a maior audiência desde "Avenida Brasil" (2012). Este público estendeu sua experiência para as mídias sociais, de modo que a telenovela foi o evento televisivo mais comentado no Twitter em 2017, segundo o Ibope Kantar Media (SOCIAL..., 2018). A Globo, presente nas mídias sociais, estimulou o debate por meio de seus perfis oficiais, principalmente os da Rede Globo

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2021/01/dossie-trans-2021-29jan2021.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2021.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://transrespect.org/wp-content/uploads/2016/11/TvT-PS-Vol14-2016.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2021.

<sup>4</sup> C.f. notícias como: Bancada evangélica cresce 14% e deve prejudicar causas LGBT. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bancada-evangelica-cresce-14-deve-prejudicar-causas-lgbt-14178049>. Acesso em: 21 fev. 2021. Na véspera do julgamento sobre homofobia, bancada evangélica é recebida no STF. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/na-vespera-do-julgamento-sobre-homofobia-bancada-evangelica-recebida-no-stf-23448031>. Acesso em: 21 fev. 2021.



e do Gshow, *site* circunscrito aos produtos de entretenimento da emissora (telenovelas, *reality shows*, programas matinais etc., ativo desde 2014).

Neste artigo, delimitamos o corpus nas publicações com maior engajamento sobre a telenovela, a partir de 3.864 conteúdos publicados pelo Gshow sobre a telenovela, no Twitter, e 174 no Facebook, além de 33.833 tweets e 95.723 comentários produzidos por usuários em resposta a esses conteúdos<sup>5</sup>. A amostra foi submetida a um processo de codificação que partiu dos princípios da Teoria Fundamentada (TF), método que

[...] propõe a atuação da análise em conjunto com o processo de coleta de dados, de forma a permitir que a teoria emerja do empírico. Nesse sentido, é assim particularmente interessante aos dados obtidos em um campo onde ainda há uma profusão de dados para coleta e ainda um pequeno corpo teórico, como é o caso dos fenômenos do ciberespaço [...]. (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 887).

Para iniciar a discussão, consideramos importante apresentar a definição de controvérsia com a qual nos alinhamos para, em seguida, analisar o papel social das telenovelas em sua relação com os ambientes digitais.

## **2 O potencial das telenovelas para controvérsias**

É comum classificar a controvérsia como um tipo de interação que envolve investimento racional e afetivo por parte daqueles que dela participam. Influenciado por Latour (2005), Venturini (2014) define a controvérsia como “a falta de consenso”. Para ele, controvérsias são situações em que os atores discordam – ou, no melhor dos casos, concordam em discordar. Começam quando os atores percebem que não podem ignorar uns aos outros e, geralmente, acabam quando esses

---

<sup>5</sup> A coleta de dados contou com ferramentas de mineração de dados como DataMiner e Netvizz.



atores conseguem negociar concessões. Além disso, envolvem todos os tipos de atores, não apenas seres humanos e grupos de seres humanos, mas também elementos naturais, biológicos, produtos artísticos e culturais, instituições, tecnologias etc.

Para Dascal (1998, 2001), as controvérsias fazem parte da família de um conjunto de fenômenos discursivos dialógicos que ele nomeia de “trocas polêmicas”. O autor define a troca polêmica como um intercâmbio que ocorre entre pelo menos duas pessoas, no qual os adversários podem responder uns aos outros e contestar seus enunciados, por meio de recursos como a apresentação de provas, argumentos ou estratégias para desqualificar um posicionamento antagônico. A polêmica inclui um elemento de incerteza em relação à reação do oponente.

O autor classifica as trocas polêmicas em três tipos: discussões, disputas e controvérsias. Dificilmente, segundo o autor, encontraremos uma troca polêmica pura – é comum que os três tipos se misturem. Nas discussões, o objetivo dos interlocutores é alcançar a verdade ou corrigir um erro, num embate lógico; nas disputas, o propósito é derrotar um ponto de vista adversário, num confronto emocional.

As controvérsias são trocas intermediárias, numa mistura de embate racional e emocional, com o objetivo de persuadir o adversário ou uma audiência competente. Para Wainberg (2010), o que está em jogo é um desejo de conquistar certo grau de poder sobre a opinião pública. Por isso, as declarações que fazem parte da controvérsia não necessariamente se dirigem ao(s) oponente(s), mas ao público. No caso das trocas polêmicas realizadas em ambientes digitais, saliente-se que o público potencial da controvérsia também pode participar das interações.

Neves (2016) sinaliza que, no caso das trocas polêmicas, está ausente um princípio que regula as trocas dialógicas em geral – o princípio da caridade. Este é um elemento que presume que os interlocutores envolvidos numa conversação cooperam para atribuir às falas uns dos outros a melhor interpretação possível. Numa controvérsia, os



interlocutores não necessariamente estão interessados em adotar um comportamento cooperativo – o uso de xingamentos como “burra”, “gente mal-amada”, entre outros insultos, mostra essa ausência nas controvérsias em torno das telenovelas, como veremos.

Segundo Dascal (2001), controvérsias não são solucionadas e nem se dissolvem: na melhor das hipóteses, se resolvem. Isso pode ocorrer pelo reconhecimento de que um dos lados conquistou mais peso; ou pela emergência de novas posições, modificadas e mais aceitáveis. Nas controvérsias suscitadas por telenovelas em ambientes digitais, elas podem resolver-se pela intervenção da emissora ou dos algoritmos que selecionam os conteúdos que serão exibidos para os usuários.

Para Lopes (2003), a telenovela

[...] possui uma penetração intensa na sociedade brasileira, devido a uma capacidade peculiar de alimentar um repertório comum por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras. Longe de promover interpretações consensuais mas, antes, produzir lutas pela interpretação de sentido, esse repertório compartilhado está na base das representações de uma comunidade nacional imaginada que a TV capta, expressa e constantemente atualiza (LOPES, 2003, p. 18).

Herdeira do melodrama e do romance em folhetim (PALLOTTINI, 1998), a telenovela brasileira constitui-se como um gênero narrativo particular. Seus elementos são manejados de maneira a lançar debates públicos. A partir de Sodré (1988), sistematizamos na Tabela 1, o conjunto de características presentes nas telenovelas produzidas pela Globo:

**Tabela 1** – Propriedades da telenovela da Rede Globo

<b>PROPRIEDADE</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
Caráter mítico	Personagens modelares que evidenciam a luta entre o bem e o mal
Atualidade	Temas atuais, informa sobre assuntos de interesse público
Pedagogismo	Demonstra a intenção de ensinar algo ao público espectador, além de promover a conscientização sobre causas públicas.





Serialidade	A tensão do público é administrada por meio de “ganchos” para manter a atenção entre capítulos
Processualidade	A obra é produzida ao mesmo tempo em que é exibida, sendo possível fazer mudanças no texto ao longo do seu processo, de acordo com a resposta do público

Fonte: Adaptado de Sodré (1988).

Tais características fazem da telenovela um gênero vocacionado para gerar conversac o; uma arena pública que, a partir da ficc o, discute o Brasil e o brasileiro. As telenovelas provocam conversas sobre a narrativa e destino dos personagens e sobre os temas que estão para além do enredo, ou seja, discussões propostas no universo ficcional, mas que tratam sobre assuntos do mundo “real” – em “A Forca do Querer”, questões de gênero/sexualidade, criminalidade e vício foram tematizadas a partir de personagens com grande destaque na trama.

Ainda que seja o produto cultural de maior audiência na televisão brasileira, não se pode afirmar que a telenovela tem, atualmente, a forca e influência que tinha algumas décadas atrás. A indústria televisiva vive um momento de coexistência entre o modelo de comunica o massiva e oferta de conteúdos “sob demanda”, que d o ao espectador o direito de assistir aos programas quando lhe for mais conveniente, sem depender de uma grade de programac o, por meio da internet (URICHIO, 2009). Dessa forma, a indústria televisiva precisou encontrar maneiras de adaptar-se e explorar esse cenário, fortemente marcado pelas intera es em redes sociais digitais. Compreendemos como modelo de produ o transmídia a aplica o de um modelo que parte da “[...] incorpora o de outras plataformas em sua cadeia criativa e da possibilidade de agenciar conteúdos que   proporcionada ao espectador” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 29).

Para Cavalcanti (2016),

O que esse contexto de tensão, de fato, possibilita   uma mudanca no comportamento da televisão tradicional, que passa se utilizar da internet para desenvolver estratégias



que possuem como objetivo a manutenção desse sentido e de sua temporalidade, aproveitando-se de uma outra tendência possibilitada pelo digital, o desejo de interação dos consumidores (CAVALCANTI, 2016, p. 23).

A vocação da telenovela para propor debates sociais encontra nas plataformas de redes sociais um ambiente onde a emissora pode atuar estrategicamente para dar maior visibilidade às suas produções, inclusive explorando os elementos narrativos potencialmente polêmicos.

“A Força do Querer” articulou temas controversos em sua trama principal. O embate entre sujeitos com opiniões e posicionamentos ideológicos discordantes foi bastante visível no contexto da telenovela, sendo forte a mobilização do público em torno dos temas propostos pelo texto. A Globo apresenta-se como catalisadora e promotora dessas controvérsias, beneficiando-se delas na medida em que elas têm a forte capacidade de conversações e visibilidade para suas produções.

Em Lima (2018), concluímos que as controvérsias de telenovelas podem referir-se ao produto e suas premissas narrativas (à telenovela propriamente dita) ou à produção (ao conjunto de elementos necessários para que o produto venha a ser exibido, como elenco, direção etc.). São marcantes as controvérsias referentes ao destino romântico de personagens, relacionadas ao fenômeno de *shipping*<sup>6</sup>. Em “A Força do Querer”, grupos mobilizaram-se para torcer pelo casal Jeiza e Zeca, rivalizando com *shippers* dos pares Jeiza/Caio e Zeca/Ritinha.

Há também diferentes relações com esses elementos: uma mais próxima do produto e da produção, tratando diretamente sobre o desenrolar da trama ou do desenvolvimento dos seus personagens, e outra relação que parte do texto, mas não trata exatamente sobre ele. Desse modo, as controvérsias podem ser tipificadas em duas grandes categorias: 1) controvérsias sobre o produto e/ou produção; e 2)

---

<sup>6</sup> Torcida pelo envolvimento romântico entre casais específicos, insinuados ou não pela narrativa.



controvérsias a partir do produto e/ou produção. Essas categorias nem sempre estão distintas, podendo ocorrer simultaneamente.

No exemplo abaixo, o Gshow publicou uma notícia que afirma que a morte de Irene causou “alvorço na web”. Em resposta, uma pluralidade de sujeitos emitiu opiniões e argumentos divergentes em relação ao desfecho da vilã. No Facebook da emissora, a notícia atraiu mais de 3,2 mil comentários. Seleccionamos os que consideramos suficientes para evidenciar o fenômeno. Nota-se que o debate tomou outras proporções quando uma participante sugeriu que a morte não era castigo suficiente para a personagem, provocando dissenso que extrapolou os limites da narrativa. Os comentários marcados em *itálico* foram feitos em resposta ao comentário original.

**Tabela 2** – Repercussão da morte de Irene<sup>7</sup>

**Gshow - O Entretenimento da Globo**  
17 de outubro de 2017 · 🌐

❌ FIM DA LINHA PARA A VILÃ! ❌ #AForçaDoQuerer

Morte de Irene causa alvoroço na web  
GSHOW.GLOBO.COM

154 salvamentos

👍 Curtir    💬 Comentar    ➦ Compartilhar

👍 😍 ❤️ 61 mil      Comentários mais relevantes ▾

593 compartilhamentos      3,2 mil comentários

<sup>7</sup> Os nomes dos usuários foram substituídos por nomes fictícios.



*Marília: Falta de criatividade! Ela tinha quê [sic] ser desmascarada, presa, ficar aleijada, precisar ficar na fila do SUS, virar catadora de lixo reciclável. Catar comida no lixão. Morrer não é justiça!*

*Pamela: Com a "justiça" atual do nosso Brasil, só morrendo pra pagar de verdade pelos erros. Cadeia já nem dá medo em ninguém mais.*

*Laís: Uma pessoa como ela psicopata não tem jeito, muito manipuladora, é um demônio...presa ou internada faria manipulações do mesmo jeito, ninguém aguenta...cedem as chantagens...teve que morrer mesmo melhor coisa kkkkk*

*César: Nossa, falou a pessoa com a foto de Jesus Cristo no perfil...hahahahaha*

*Luis: Puxa a profissão de catadora de lixo é uma profissão muitíssimo digna, pessoas sustentam suas famílias puxa Marília Duarte vc foi mal nessa...*

*Maurício: Nossa querida !! Desculpe, mas a sua colocação é extremamente infeliz . Essa perspectiva é totalmente preconceituosa. Ficar aleijado, necessitar do SUS, trabalhar no lixão etc.. Não é castigo, não é escolha, É NECESSIDADE, É CONDIÇÃO !!! Tudo bem, trata-se de uma obra de ficção, seriam até consideráveis determinados pontos de sua inferência, mas... Para, para que "tá " feio linda. E.. cuidado, um aleijado ou um catador pode estar lendo isso. Reflita ! Tenha um bom dia !*

*Soraia: Você acha que ficar aleijado é castigo ? Será que essa personagem foi inspirada em você ? Parece a Irene falando .*

*Marília: A todos: Em nenhum momento eu menosprezei os catadores de lixo, pelo amor de Deus eu jamais faria isso! Os catadores são pessoas DIGNAS, desrespeitadas pelos governantes e autoridades podre do Brasil. O que eu acho é deveria ter um final justo, pra ela pagar pelas maldades. Ter que ficar na fila do SUS, fila do INSS, pra comer vasculha lixeiras. Virar mendiga, moradora de rua. Eu falo justiça! Morrer não tem graça. Não desejo o mal para as pessoas, só pra MONSTROS! MONSTROS IGUAIS AOS NOSSOS POLÍTICOS E AUTORIDADES CORRUPOTOS. Já pensou quê maravilha nossos monstros governantes passando por isso. Se, na vida real não temos JUSTIÇA, a ficção podia fazer isso! Quem sabe nos dava um impulso pra sair dessa acomodação que estamos! Pra quem acha que morte é justiça! Imagina nossos monstros governantes morrendo, os desgraçados dos familiares vão continuar recebendo o mega salário, tendo regalias e mordomias, e colocando sucessores. Mas, magina eles passando por isso, fila pra hospital, vasculhando no lixo .....*

Fonte: Facebook, 2017. Disponível em: <http://bit.ly/2CIH9FZ>. Acesso em: 05 jan. 2018.

A controvérsia iniciou-se tratando uma questão sobre o produto: o desfecho da personagem. Na medida em que ela se desenvolveu, escalou para uma controvérsia a partir do produto, debatendo temas como a condição dos catadores de lixo, a corrupção e o sistema público de saúde brasileiro, com a participação de uma multiplicidade de interlocutores. Assim, uma controvérsia pode partir de um detalhe, "mas rapidamente se espalha para outros níveis" (NEVES, 2016, p. 58).



O excerto demonstra que controvérsias não necessariamente são conflitos entre duas ideias completamente opostas. Esse aspecto explica por que é possível encontrar controvérsias entre interlocutores que possuem interesses em comum – no nosso caso, consumidores de uma mesma telenovela. O embate pode agravar-se quando levamos em consideração elementos relacionados ao contexto específico dos públicos em rede, evidenciado a seguir.

### **3 Públicos em rede: sujeitos mobilizados em torno de “A Força do Querer”**

Em sites de redes sociais digitais (RECUERO, 2009), conversações ganham dimensão pública. Esta característica permite pensar na noção de públicos em rede (boyd<sup>8</sup>, 2008). Para boyd (2008), públicos em rede são constituídos pelo espaço construído pelas tecnologias digitais em rede e pela comunidade que emerge como um resultado da interseção entre pessoas, tecnologias e práticas. Públicos em rede possuem várias práticas dos públicos não mediados, mas com diferenças estruturais que influenciam suas atividades (boyd, 2008).

São quatro as propriedades técnicas dos espaços públicos mediados (boyd, 2008). A primeira é a persistência, que se refere ao fato de que aquilo publicado tem a tendência de permanecer no ciberespaço indefinidamente. A buscabilidade (*searchability*) significa que o conteúdo publicado pode ser acessado por meio de ferramentas de busca, facilitando a recuperação de conteúdos registrados no passado. A replicabilidade consiste na possibilidade do conteúdo ser duplicado, por qualquer pessoa, a qualquer tempo. Já a escalabilidade indica que a visibilidade potencial do conteúdo é grande.

---

<sup>8</sup> A autora utiliza seu nome em letras minúsculas por razões pessoais e políticas.



Tais propriedades são codependentes entre si, contribuindo para produzir dinâmicas que moldam as experiências das pessoas com públicos em rede:

- 1) Audiências invisíveis – nem todas as audiências estão visíveis quando alguém produz um conteúdo on-line, como também não precisam estar presentes no mesmo momento;
- 2) Contextos colapsados – a falta de fronteiras espaciais, sociais e temporais faz com que seja difícil preservar contextos sociais distintos;
- 3) Fluidez entre público e privado – sem controle sobre o contexto, a distinção entre público e privado torna-se praticamente insignificante.

Em espaços públicos mediados, as pessoas são forçadas a rivalizar com audiências invisíveis e se engajar em atos de gerenciamento de impressões, ainda que não façam ideia de como suas performances estão sendo percebidas pelos demais (boyd, 2008). Mesmo quando o público imediato pode ser identificado (exemplo: o número de seguidores de uma conta), o público potencial de uma publicação pode ser muito maior e de diferentes contextos (boyd, 2008).

A compreensão das normas de polidez indica os tipos de laços sociais que existem dentro de uma rede. Quanto mais forte o laço – no que se refere à intimidade partilhada pelos atores envolvidos –, mais maleáveis as normas de polidez, pois os atores sabem o que pode ser dito sem gerar conflito. Nas interações entre laços fracos, onde há menos intimidade, não há uma percepção clara das normas que regem as interações. Isso diminui o compromisso de cooperação de uns com os outros e, por isso, as discordâncias provavelmente não serão tratadas de um modo amigável (RECUERO, 2012).

A existência de perfis da Rede Globo, incluindo o Gshow, facilita o surgimento de redes emergentes (RECUERO, 2009), a partir da aglomeração de usuários que não possuem intimidade entre si, em torno



de um mesmo tema. Redes emergentes são caracterizadas pelos laços construídos através da conversação entre os atores (RECUERO, 2009). Ou seja, as conversações sobre um assunto em comum – a telenovela – podem atrair sujeitos de contextos muito heterogêneos, que não se conheciam previamente, como verificado no exemplo da Tabela 1. Por conta das audiências invisíveis, essa interação pode ter resultados improváveis, agregando cada vez mais interlocutores.

Soma-se a isso um aspecto técnico das plataformas em questão. Ambientes digitais como Facebook e Twitter valorizam interações que chamem a atenção dos usuários, como forma de mantê-los imersos na plataforma. Um dos algoritmos mais importantes do Twitter, o *Trending Topics*, seleciona os assuntos mais falados no momento, o que depende do acúmulo de mensagens que utiliza uma mesma palavra ou expressão durante um certo tempo. O Facebook, embora tenha uma arquitetura diferente, possui uma lógica similar: os conteúdos escalam de acordo com a quantidade de interações que recebem, perdurando por mais tempo na linha do tempo de usuários.

Os conteúdos que despertam reações emocionais, que dialogam com interesses pessoais e posicionamentos ideológicos, atraem a atenção dos consumidores. Mensagens que provocam o acirramento dos ânimos tendem a ser mais escaláveis e persistentes, atingindo públicos que talvez não tivessem conhecimento sobre o tema anteriormente. Esta é mais uma interferência de elementos não-humanos no desenrolar das controvérsias: como são consideradas relevantes para os algoritmos, elas têm uma tendência maior a se espalharem.

No que diz respeito às telenovelas, quanto mais as controvérsias perduram, maior chance elas têm de envolver pessoas que sequer assistem à produção – assim, os embates em torno das telenovelas brasileiras podem envolver uma série de atores. A princípio, são propagados e alimentados por três tipos de sujeitos elementares: Produtores; Fãs; e Antifãs. No entanto, pelas dinâmicas dos públicos em



rede, a conversa não está restrita apenas aos usuários que nutrem fortes sentimentos – positivos ou negativos – em relação ao texto. Espectadores Casuais e mesmo Não Espectadores também participam de conversas sobre telenovelas. Além disso, essas categorias estão em constante deslocamento, podendo sobrepor-se, a depender do papel desempenhado por um sujeito e de sua relação de consumo com a telenovela naquele momento.

Desse modo, não há fronteiras rígidas que separam cada uma dessas categorias, mas elas nos interessam para analisar o modo como as controvérsias escalam, na medida em que se deslocam de um núcleo mais íntimo da produção (produtores e fãs) para envolver espectadores menos comprometidos afetivamente e, inclusive, pessoas que afirmam não assistir à telenovela.

Dada a extensão do corpus, foram privilegiados os comentários feitos em publicações e *tweets* que tinham volume de engajamento acima da média. Com isso, procedemos para um processo de codificação baseado nos princípios da Teoria Fundamentada (TF). “Esse processo deve ser realizado até que os dados passem a ser reconhecidos por categorias, ou ainda, que as categorias emerjam” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 92-93). Propomos uma classificação dos sujeitos baseada no tipo de sentimento que expressam em seus comentários (raiva, indignação, amor), quase sempre provocados por algum tipo de ação da emissora. Alguns elementos da escrita oralizada das redes (RECUERO, 2012) nos auxiliaram a identificar esses sentimentos e o tipo de interação entre os usuários: uso de caixa alta para representar um maior volume de voz, *emojis*, ironia etc.

Também levamos em consideração os argumentos utilizados para refutar ou defender um posicionamento. Argumentos mais embasados sugerem que o sujeito possui um maior conhecimento em relação à trama – estando mais próximo, assim, da categoria de fã. Por meio da





observação exploratória dos dados, identificamos padrões que se repetiam nas publicações.

No ecossistema de redes digitais, alguns perfis possuem maior capacidade de propagação de conteúdo, devido ao seu poder de influência. A emissora, principal responsável por acionar as controvérsias aqui analisadas, detém centralidade neste processo, eventualmente sendo representada por outros sujeitos que falam em nome dela – membros do elenco, autores, roteiristas, funcionários etc. Classificamos esse conjunto como “Produtores”. Esta categoria engloba os perfis corporativos da Rede Globo nas redes sociais digitais (@Gshow e @RedeGlobo, por exemplo), principais responsáveis pelo acionamento das estratégias transmídias da emissora; como também os perfis pessoais dos profissionais envolvidos na produção. No caso de “A Força do Querer”, perfis relevantes da produção incluíram, entre outros, as contas pessoais da autora Glória Perez e da atriz Paolla Oliveira, ativas no Twitter e comprometidas com a divulgação da telenovela nas redes.

Produtores orientam seu discurso em favor da programação, acompanhando a sequência de acontecimentos proposta pelas telenovelas. Não raro, adotam um tom provocativo e incitam controvérsias diretamente, como no *tweet* abaixo (Fig. 1), com a finalidade de irritar os fãs do casal Jeiza/Zeca (Jeizeca), ao reproduzir um trecho de uma cena de beijo entre Jeiza/Caio (Jeica) e escolher como legenda “atura ou surta”.



**Figura 1** – Perfil do Gshow “shippa” Jeica



Fonte: Twitter, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2HfNiMA> Acesso em: 05 jan. 2018.

A provocação desencadeou uma controvérsia sobre o produto. Além de ser compartilhada 196 vezes, a publicação teve 181 mensagens de resposta, nas quais identificamos muitas reações de Fãs, o segundo grupo de sujeitos classificado: “O que adianta existir se não tem amor e química”, argumentou um *shipper* do casal Jeizeca.

Fãs de “Jeica” defenderam seu par: “*Gshow afronta mesmo. Povo chato carente. Teve química sim! Não adianta dizer q n! Atura ou surta! Casal maduro é outra coisa*”. A maturidade apareceu como principal argumento deste grupo, sugerindo que Zeca, por seu temperamento explosivo, seria um par inadequado para Jeiza. Este argumento por vezes veio acompanhado de ofensas e mensagens que visam esvaziar as opiniões rivais: “não adianta dizer que não” sugere que não há argumentos que possam refutar a ideia defendida, apontando para um envolvimento emocional forte do sujeito com o texto – elemento que caracteriza e norteia o comportamento do fã (HILLS, 2002). A mistura entre razão (explícita na necessidade de apresentar argumentos) e



emoção (manifesta a partir do envolvimento afetivo com o texto), como vimos, caracteriza a controvérsia.

Fãs costumam se engajar em controvérsias – ou por discordarem das decisões dos produtores ou para defender o texto de seus opositores. A partir dos trabalhos de Jenkins (1992; 2006), Hills (2002), Booth (2010) e Duffet (2013), compreendemos fãs como consumidores assíduos que possuem uma relação intensa com o texto, extraíndo dele um sentido pessoal e afetivo. Dedicam bastante tempo consumindo e discutindo aquele objeto, podendo, inclusive, produzir seus próprios conteúdos a partir dele.

Esse vínculo emocional com o texto televisivo faz com que o fã se sinta também conectado a uma comunidade que investe em diferentes práticas interacionais em torno do texto, sentimento este que hoje é potencializado pelas plataformas e ferramentas digitais (BOOTH, 2010). Para Hills (2002), fãs são consumidores ideais, pois seus hábitos de consumo são altamente previsíveis pela indústria cultural. Mas eles também podem expressar crenças ou ideologias anticomerciais, em desacordo com o contexto cultural em que se encontram. O autor nota que esta é uma contradição inescapável vivida no interior das culturas de fãs. Isso significa que as comunidades de fãs estão longe de serem ambientes harmônicos.

Amaral, Souza e Monteiro (2015) identificam práticas de cultura de fãs como *fanzines*; *fan fictions*; criação de artes, vídeos, legendas; encontros com artistas e mobilizações que se assemelham a práticas de ativismo. Nesta última, destacam o elemento conhecido como *shipping*, um aspecto evidente em nossa análise e exemplificado na Figura 1.

Fãs possuem conhecimento especializado sobre o texto, são rigorosos no que diz respeito à continuidade narrativa (HILLS, 2002) e esperam que o texto mantenha sua aderência a princípios narrativos estabelecidos. Como a telenovela é uma obra exibida ao longo do processo de produção, podendo transformar-se a depender da recepção,



mudanças inesperadas no roteiro podem quebrar a confiança que é depositada pelos fãs na continuidade do mundo narrativo e na caracterização dos personagens. A mensagem abaixo, publicada numa publicação do Gshow, realizada no Facebook, mostra a frustração de um(a) espectador(a) com a história:

A continuidade cronológica dessa novela é uma piada! Ivana não tem barriga nenhuma... Já Irene... 🏆🏆🏆🏆 Bibi estava foragida, se escondeu na casa de Silvana Pq tinha ordem de prisão contra ela, depois de trocar tiro com Jeiza no Morro do Beco... E agora está livre de acusações! É muita incoerência! Fico só juntando as pontas dos fios e nada faz sentido!<sup>9</sup>.

Com uma disposição para formarem grupos e comunidades, fãs são propensos a adentrarem em controvérsias, no sentido apresentado por Dascal (1998, 2001). Isso porque, ao mesmo tempo em que possuem um forte investimento emocional diante do texto, também são um público exigente e conhecedor do produto. Podem defender ou atacar os Produtores, munindo-se de argumentos para ter seu ponto de vista aceito. Os critérios utilizados para considerarmos o comportamento de um sujeito como "Fã" é investimento afetivo explicitamente mencionado em suas publicações: declarações de amor à telenovela ou a algum personagem – "A melhor novela de todos os tempos....😍😍😍😍😍😍" – ou pela criação de perfis que homenageiam a telenovela – no Twitter, encontramos perfis criados com o intuito exclusivo de *shippar* casais, como @Jeizeca\_Cabibi e @Jeizecando.

Fãs podem entrar em embates com todos os tipos de sujeitos classificados, inclusive com outros grupos de fãs, demonstrando o potencial das comunidades de fãs de revelar hierarquias e antagonismos (JOHNSON, 2007). As controvérsias entre fãs costumam ser produzidas

---

<sup>9</sup> Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/267512583406274/posts/984709975019861>. Acesso em: 16 jan. 2019.



em torno de acontecimentos específicos dentro de uma trama, que causam ruptura ou divisão de opiniões.

Controvérsias podem envolver “Antifãs”, figuras em posição oposta à dos Fãs. Como os Fãs, nutrem um forte sentimento pelo texto ou algum dos seus elementos, mas de natureza negativa. Desse modo, onde o Fã investe amor, o Antifã investe ódio e atua de modo destrutivo.

Antifãs não desgostam de textos midiáticos sem razão. Muitas vezes conhecem o texto e são conscientes dos motivos de sua antipatia (THEODOROPOULOU, 2007). Também se preocupam em justificar racionalmente as razões do seu desafeto, argumentando contra a existência do texto ou do fator que lhe causa incômodo. Para Gray (2003), o sentimento negativo dos antifãs pode ser o resultado de uma antipatia pelo gênero, diretor ou membros do elenco.

Para Theodoropoulou (2007), o Antifã baseia-se em questões morais e éticas, considerações textuais e de classe. O sentimento negativo decorre principalmente do valor moral do texto e da forma como ele é interpretado pelo consumidor. Por abordar a transexualidade, “A Força do Querer” causou reações de militantes e simpatizantes do movimento LGBTQIA+, mas também gerou forte aversão. Ela foi alvo de boicotes organizados por membros de entidades religiosas. Esse tipo de discurso também aparece na base de dados analisada. “*Não me interessa mais essa novela. Se transformou em uma coisa horrível. Queremos novelas que falem de superação e amor, não esse lixo*”<sup>10</sup>. Esse relato mostra que o Antifã pode ser, inclusive, um espectador da telenovela que passou a nutrir um forte sentimento negativo a partir de sua interpretação.

A atuação dos Antifãs ocorre no sentido de tentar destruir simbolicamente a telenovela ou o elemento narrativo repulsivo – geralmente, motivados por questões morais e ideológicas. Os ataques de

---

<sup>10</sup> Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/267512583406274/posts/952909058199953>. Acesso em: 16 jan. 2019.



Antifãs são respondidos por outros sujeitos envolvidos. O arco narrativo de Ivan, por exemplo, incomodou os setores mais conservadores da sociedade, não só por discutir a transexualidade, mas por envolver ainda uma gravidez, um aborto e um relacionamento homoafetivo com o personagem Cláudio. Como a telenovela adotou um tom a favor da diversidade de gênero, diversos sujeitos comportaram-se como Antifãs, motivados por crenças ideológicas e religiosas. No país que mais mata transexuais do mundo, infelizmente, a rejeição à personagem não gera surpresa. Em outro contexto político, cultural e social, talvez o tema não gerasse polêmica alguma ou, num extremo oposto, sequer fosse autorizado a aparecer nas telas.

A controvérsia por vezes também envolve os Espectadores Casuais – consumidores de telenovela que não demonstram o mesmo investimento afetivo que os fãs, mas se dispõem a conversar sobre o texto, utilizando as redes como um modo de consumo. Comentam aspectos da narrativa que os agradam e desagradam, tiram dúvidas em relação aos acontecimentos da trama e podem envolver-se em contendas quando emitem suas opiniões sobre o texto. A título de exemplo, os sujeitos envolvidos na controvérsia em torno da morte de Irene, supracitada, não dão fortes indicativos de possuírem laços afetivos com a telenovela, de modo que as evidências coletadas não são suficientes para que eles possam ser considerados como Fãs. Reitera-se que não existe aqui uma intenção de enquadrar os comportamentos de modo rígido, mas indicar a possibilidade de a controvérsia envolver diferentes tipos de públicos. A ausência de conhecimentos específicos faz com que esses Espectadores Casuais se tornem “presas fáceis” para os Fãs, concededores do texto.

Quando perdura e se espalha, a controvérsia chama a atenção dos Não Espectadores, sujeitos que declaram expressamente não consumir a telenovela. Não possuem familiaridade com o texto, mas são usuários de redes sociais digitais alcançados pelas controvérsias por meio do



algoritmo das plataformas. "Claro que não sou obrigada a olhar, mas quando menos se espera..... tá no Face!"<sup>11</sup>.

Estes podem embarcar em confrontos com os demais sujeitos. O romance de Ivan/Cláudio (Tab. 3) gerou controvérsias sobre e a partir do produto, sendo debatido por todos os tipos de sujeitos envolvidos. A emissora posicionou-se de forma favorável, defendendo tolerância, diversidade e respeito a pessoas trans e LGBTQIA+. O objetivo pedagógico, no entanto, não foi compreendido de forma homogênea por todos os setores da sociedade que tiveram contato com a telenovela.

**Tabela 3** – Gshow promove desfecho de Ivan e Cláudio

<p>Gêsa: Achei horrível, ela disse que nasceu no corpo errado, que é Homem, fez de tudo pra virar ele, tirou os seios, criou barba, mudou a voz e vai ficar com outro Homem? Me poupe, acho que no mínimo ele teria que ficar com uma mulher, achei trabalhoso demais pra nada.</p>
<p>Carol: BURRA! Sinal que a novela não te serviu pra nada. Não sabe nem diferenciar as coisas.</p>
<p>Marisa: Açou horrível o que? Cada um faz o que quiser da vida. Temos que amar as pessoas do jeito que elas são. 7 meses de novela e tu não entendeu isso ?</p>

<sup>11</sup> Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/267512583406274/posts/955665664590959>. Acesso em: 15 jan. 2019.



*Gêsa: acho que vcs tem algum problema de ser contrariado, AMORRRR acorda o mundo não gira entorno [sic] do umbigo de vcs, EU Nao gostei e pra mim não ficou claro o final da personagem, Burro ignorante, desinformado e analfabeto são vcs querendo impor a mim o q eu devo ou não gostar, eu acharia melhor ela ter se envolvido com outra mulher, ISSO É O Q EU ACHO, vcs sim são um bando de gente mal amada não aceitando a opinião alheia.*

Rogério: Não assisti essa novela nem entendi o enredo. Se o tal personagem queria ser homem de todo jeito, se transformou de maneira radical, porque queria ser homem. Por que ficou namorando um homem e querendo ter filhos, como se fosse uma mulher. Fica difícil entender a cabeça dessa autora e o sentido dessa "estória da carochinha".

Vera: Essa Novela é a criação do capeta, pois vai contra o verdadeiro princípio da criação humana de Deus. Que Deus tenha misericórdia da alma desta autora e de todos os atores que se prestaram a fazerem [sic] esta aberração.

Fonte: Facebook, 2017. Disponível em:

<https://www.facebook.com/267512583406274/posts/991144631043062>. Acesso em: 15 jan. 2019.

Defensores do movimento LGBTQIA+, podendo ou não assistir à telenovela, envolveram-se na defesa da ação socioeducativa promovida pelo texto, mostrando o potencial que essa temática tem para atrair novos públicos. O envolvimento de Não Espectadores demonstra que a controvérsia escalou para públicos improváveis. A troca polêmica mostrase então como um recurso estratégico para a emissora, já que amplia a visibilidade de suas telenovelas e mobiliza públicos distintos no contexto das redes, perdurando e reciclando-se.

#### **4 Considerações finais**

Este artigo contribui para o estudo de um elemento importante no contexto dos ambientes digitais conectados, que tem influência na reconfiguração da indústria televisiva e de suas estratégias transmídias. A análise permitiu discutir o surgimento de controvérsias motivadas pela telenovela da Rede Globo e como ela se desenvolve na dinâmica dos públicos em rede.

A defesa de posições antagônicas costuma contar com a contribuição de múltiplos sujeitos que dela participam, ainda que pontualmente. Fãs e Antifãs são as categorias com maior investimento





emocional no texto, mobilizando-se com mais energia, mas ao alcançar outras categorias de sujeitos, fica claro o potencial das controvérsias para que a telenovela seja consumida, ainda que simbolicamente, por novos públicos.

Identifica-se também o papel dos algoritmos do Facebook e do Twitter, ambientes utilizados neste estudo, como elementos capazes de interferir diretamente no alcance e visibilidade que a controvérsia terá. Sendo a telenovela um gênero especialmente vocacionado para lidar com temáticas controversas, nota-se que este é um elemento estratégico para a promoção desses produtos culturais – ou seja, em certa medida, a controvérsia é até desejada pela emissora, como fica evidenciado pelas escolhas temáticas e de vernáculo que utiliza em seu perfil oficial de entretenimento. Ao mesmo tempo em que retrata temáticas sociais urgentes, como a violência contra transexuais, também explora essas pautas de forma a motivar a controvérsia nas redes e ampliar sua audiência possível por meio deste recurso.

## Referências

AMARAL, A.; SOUZA, R.; MONTEIRO, C. De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. **Galáxia**, São Paulo, n. 29, p. 141-154, 2015.

BACELAR, C.; CARVALHO, C. Bancada evangélica cresce 14% e deve prejudicar causas LGBT. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 out. 2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bancada-evangelica-cresce-14-deve-prejudicar-causas-lgbt-14178049>. Acesso em: 21 fev. 2021.

BALOGH, A. M. **O discurso ficcional na TV**. Sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Edusp, 2001.

BALZER, C.; LAGATA, C.; BERREDO, L. **TMM annual report 2016**. Tansgender Europe, 2016. Disponível em: <https://transrespect.org/wp-content/uploads/2016/11/TvT-PS-Vol14-2016.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2021.



BENEVIDES, B. G.; NOGUEIRA, S. N. B. (Org.). **Dossiê assassinatos e violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2020**. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE, 2021. Disponível em: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2021/01/dossie-trans-2021-29jan2021.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2021.

BOOTH, P. **Digital Fandom**. New Media Studies. Nova York: Peter Lang, 2010.

boyd, D. **Taken out of context**: American Teen Sociality in Networked Publics. 2008. 406 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Information Management and Systems and the Designated Emphasis in New Media, Universidade da Califórnia, Berkeley, 2008.

BRÍGIDO, C.; FERREIRA, P. Na véspera do julgamento sobre homofobia, bancada evangélica é recebida no STF. **O Globo**, Rio de Janeiro, 13 fev. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/na-vespera-do-julgamento-sobre-homofobia-bancada-evangelica-recebida-no-stf-23448031>. Acesso em: 21 fev. 2021.

CAVALCANTI, G. K. M. **Televisão e Redes Sociais**: Configurações de TV Social em Malhação. 2016. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

DASCAL, M. Dichotomies and types of debate. *In*: EEMEREN, F. H. V.; GARSSSEN, B. (Ed.). Controversy and confrontation: relating controversy analysis with argumentation theory. **John Benjamins**, Amsterdam, p. 27-49, 2008.

DASCAL, M. How Rational Can a Polemic Across the Analytic-Continental 'Divide' Be?. **International Journal of Philosophical Studies**, v. 9, n. 3. 2001.

DIAS, T. Como Facebook, Twitter e Google lucram quando você sente raiva. [S. I.]: **The Intercept Brasil**, 1 out. 2018. Disponível em: <https://theintercept.com/2018/10/01/facebook-google-twitter-radicalizacao>. Acesso em: 15 jan. 2019.

DUFFET, M. **Understanding Fandom**. An Introduction To The Study of Media Fan Culture. New York: Bloomsbury Academic, 2013.

FECHINE, Y. [et al.]. Como pensar os conteúdos transmídia na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das



telenovelas da Globo. *In*: LOPES, M. I. V. (Org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GRAY, J. New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans. **International Journal of Cultural Studies**, v. 6, Issue 1, 2003.

HILLS, M. **Fan Cultures**. Nova York: Routledge, 2002.

JENKINS, H. **Fans, bloggers and gamers**: exploring participatory culture. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, H. **Textual Poachers**: television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JOHNSON, D. Fan-Tagonism. Factions, Institutions and Constitutive Hegemonies of Fandom. *In*: GRAY, J.; SANVDOSS, C.; HARRINGTON, C. L. **Fandom, Identities and communities in a mediated world**. Nova York: New York University Press, 2007.

LATOUR, B. **Reassembling the Social**: An Introduction to Actor-network-theory. Oxford: Oxford University, 2005.

LIMA, C. A. R. **Telenovela transmídia na Rede Globo**: O papel das controvérsias. 2018. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17-34, abr. 2003. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469/40183>. Acesso em: 13 fev. 2017.

NEVES, D. Discurso polêmico em debate: a teoria das controvérsias de Marcelo Dascal. *In*: SEMANA DE EVENTOS DA FACULDADE DE LETRAS, 12., 2016, Belo Horizonte, MG. **Anais [...]**. Belo Horizonte, MG: Universidade Federal de Minas Gerais, 2016.

PALLOTTINI, R. **Dramaturgia da Televisão**. São Paulo: Perspectiva, 1998.



RECUERO, R. **A Conversação em rede**. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. *In*: SOSTER, D. A.; FIRMINO, F. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009. p. 1-269.

SODRÉ, M. **Best-seller**: a literatura de mercado. 2 ed. São Paulo: Ática, 1988.

SOCIAL TV no Brasil em 2017. [S.I.]: **Kantar Ibope Media**, 08 fev. 2018. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/social-tv-no-brasil-em-2017/>. Acesso em: 15 jan. 2019.

SOUZA, V. Bispo conclama 'tsunami' de e-mails para STF e TV Globo contra Aborto e Ideologia de Gênero. [S. I]: **O Povo**, 27 mar. 2017. Disponível em: <http://blogs.opovo.com.br/ancoradouro/2017/03/27/bispo-conclama-tsunami-de-e-mails-para-stf-e-tv-globo-contra-aborto-e-ideologia-de-genero/>. Acesso em: 31 jul. 2019.

THEODOROPOULOU, V. The Anti-Fan Within the fan. Awe and envy in Sport Fandom. *In*: GRAY, J.; SANDVOSS, C.; HARRINGTON, L. **Fandom, Identities and Communities in a Mediated World**. New York: New York University Press, 2007. Kindle Edition, location 121-417.

URICHIO, W. Contextualizing the broadcast era: nation, commerce, and constraint. **The American Academy of Political and Social Science**, Filadélfia, v. 625, n. 1, set. 2009.

VENTURINI, T. Diving in magma. Public Understanding of Science. **SAGE Publications**, Londres, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2014.

WAINBERG, J. A. **Línguas ferinas**. Um estudo sobre a polêmica e os polemistas. Porto Alegre: Editora PUC-RS, 2010.