

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação

DENISE AVANCINI ALVES

**INTERESSE PÚBLICO E O PODER DA TELENVELA:
*MERCHANDISING SOCIAL E REPERCUSSÃO DO TRÁFICO DE
PESSOAS EM SALVE JORGE***

PORTO ALEGRE, RS, BRASIL.

2015

Denise Avancini Alves

**INTERESSE PÚBLICO E O PODER DA TELENÓVELA:
*MERCHANDISING SOCIAL E REPERCUSSÃO DO TRÁFICO DE
PESSOAS EM SALVE JORGE***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação e Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Weber

Porto Alegre

2015

Denise Avancini Alves

**INTERESSE PÚBLICO E O PODER DA TELENVELA:
MERCHANDISING SOCIAL E REPERCUSSÃO DO TRÁFICO DE
PESSOAS EM *SALVE JORGE***

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Comunicação e Informação.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Helena Weber - Orientadora

Prof^ª Dr^ª Maria Carmem Jacob de Souza – UFBA

Prof^ª Dr^ª. Cláudia Peixoto de Moura – PUCRS

Prof^ª Dr^ª. Jussara Reis Prá – UFRGS

Prof^ª Dr^ª. Elisa Reinhardt Piedras – UFRGS

Prof^ª Dr^ª. Miriam Rossini – UFRGS (suplente)

AGRADECIMENTOS

Um quadriênio parece muito tempo. No caso deste percurso acadêmico foram quatro anos e alguns meses de muito aprendizado, de troca de experiências, de escolhas, de celebrações e de muitas renúncias. É maravilhoso fazer uma retrospectiva e resgatar da memória os momentos vividos nessa trajetória do doutorado. Então, após essa árdua e ímpar jornada, gostaria de agradecer a algumas pessoas (e suas instituições de vínculo) que fizeram dessa caminhada possível e verdadeira.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, especialmente ao PPGCom que me acolheu, assumindo a máxima de que o bom filho à casa torna. Dentre o seletivo grupo de professores que ali disseminam o pensar, agradeço, especialmente, àqueles que eu tive o privilégio de conviver, que são verdadeiros ecos de competência e conhecimento. De forma dirigida, agradeço ao professor Rudimar Baldissera, pela solidez teórica e pelo incentivo à reflexão crítica contínua; aos professores e colegas que compõem o grupo de pesquisa *OBITEL*/Porto Alegre – Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva, em especial à professora Nilda Jacks e equipe, que me acolheram durante um período importante da decisão do tema. Às professoras que contribuíram de forma ímpar no momento da qualificação e que agora reforçam seu olhar na completude desse percurso: professoras Maria Carmem Jacob de Souza, Jussara Reis Prá, Elisa Piedras e a soma da querida professora Cláudia Moura, com quem tenho o privilégio de conviver no nosso *habitat* profissional, junto ao curso de Relações Públicas da PUCRS.

Falando em PUCRS, não poderia deixar de sublinhar nomes que me são caros nessa labuta diária do maravilhoso mundo da docência, que acompanharam e incentivaram minhas escolhas e ofereceram solidariedade em momentos intensos por lá vividos: queridos Cristiane Mafacioli Carvalho, Fábio Chelkanoff, Márcia Christofoli, Roberta Mânica, Neka Machado, Fabiane Sgorla, Ilton Teitelbaum, Raquel Castedo, Paula Puhl, assim como Cláudia Moura, e tantos outros que torceram por esse dia, muito obrigada. Destaco também nossos maiores motivadores, os alunos, que entenderam situações de ausência e se sentiram solidários também nos seus momentos de TCC ao meu lado.

Aos grandes e queridos amigos conquistados nessa etapa desejo expressar meu profundo agradecimento. Em especial, aos Nucopianos. Aos veteranos e sempre admirados, Locatelli, Sandra e Marja que foram e sempre serão fonte de inspiração. Essas mulheres, em especial, meu muito obrigada, pois o sorriso e o olhar de cada uma teve um sentido único nessa caminhada. Aos parceiros Leandro, Tiago, Bruno, Adriana (nossa pesquisadora internacional), Fiorenza, Ana e Marcelo, pelo exemplo de dedicação e compartilhamento de momentos extremamente construtivos e solidários. Estudar a dicotomia do interesse público/privado na companhia de vocês ficou mais suave. E para as queridas entrantes Camila e Fabiana, minhas desculpas pela ausência nesse início de discussões. Prometo que me recuperarei, mas a causa é nobre! E a lista continua... o grupo do Obitel e o convívio na Fabico também reforçaram amizades

da vida ou me trouxeram novos amigos admiráveis: Carlise, Mônica, Fabiane, Erika, Laura, Lourdes, Daniela, e Sara muito obrigada, de coração. Sublinho o agradecimento a duas pessoas que foram as maiores incentivadoras de meu ingresso ao programa: as queridas professoras e amigas, Monica Pieniz e Helenice Carvalho. Lembro até hoje da ligação naquele dezembro, comemorando essa etapa.

Agora, de forma especial, agradeço à minha orientadora e amiga, professora Maria Helena Weber, a nossa querida Milena, que acreditou mais em mim do que eu mesma em diversos momentos, aceitando o desafio de me orientar mesmo num cenário turbulento, sendo sinônimo de competência, densidade teórica e profissionalismo, somado a imensas doses de afeto e generosidade. Agradeço por tua paciência e amizade, e por colocar holofotes ao longo desse percurso de aprendizado. És inspiração, desde o tempo da graduação, sabes disso.

Agradeço aos meus amados manos: Cristiane Avancini Alves, exemplo de dedicação e determinação em todos os âmbitos de sua vida, desbravando o caminho da pesquisa e abrindo portas para o meu pensar reflexivo, sempre pronta para uma palavra de incentivo, arauto de conselhos e orientações; e Eduardo Avancini Alves, pelo sorriso no rosto e na voz, sendo exemplo em transformar as diversas intempéries da vida em céu azul, mantendo competência associada à leveza e à alegria. À minha afilhada Mariana e aos meus sobrinhos, que me renovaram nesse último ano de gás acadêmico, dando um novo sopro de sentido ao futuro que virá, amados Marina, Davi e Isabela.

Aos meus amados pais, Jorge e Maria do Carmo, pelo exemplo de amor incondicional, de fé e de cumplicidade, e por serem a melhor torcida organizada que qualquer pessoa pode conhecer.

A Deus por ter me dado força e serenidade para enfrentar essa jornada e, principalmente, por ter colocado em meu caminho meu amor, amigo e companheiro de vida, meu marido Hildebrando, que me apoiou e incentivou em todas as decisões tomadas em minha (nossas) vida, administrando meu coração de forma única e completa.

A todos, o meu muito obrigada.

Pois, encante-nos ou nos dê asco, a televisão constitui hoje, simultaneamente, o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 26).

RESUMO

Essa tese analisa o poder da telenovela ao dramatizar o tráfico de pessoas, um tema da esfera dos direitos humanos, portanto, de interesse público, que foi projetado na mídia durante a veiculação da novela *Salve Jorge* (exibida pela Rede Globo). A telenovela é geradora de visibilidade de temas sociais e a inclusão de tais temas nas tramas é reconhecida como *merchandising* social. O tráfico de pessoas, além de fazer parte da estória, circulou na pauta midiática brasileira no período entre 2013 e 2014 por intermédio de campanhas de sensibilização e de engajamento, tanto de cunho não governamental (Campanha do Coração Azul), como de caráter religioso, com o lançamento da Campanha da Fraternidade de 2014 pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), além de ter sido elemento central de políticas públicas com a cobertura do lançamento de planos de enfrentamento a esse crime no âmbito governamental. O estudo, assim, indaga como se efetiva a dramatização do Tráfico de Pessoas a partir de *Salve Jorge*, considerando a projeção de visibilidade e de debate do tema e seu papel na promoção da imagem da emissora. Para realizar esse percurso, utiliza-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a Análise Crítica do Discurso (ACD) de Fairclough (2001), que apresenta a tridimensionalidade analítica de texto, das práticas discursivas e das práticas sociais, preocupando-se com as relações de poder no discurso e a análise do contexto, promovendo reflexões sobre a realidade social produzida. A abordagem teórica da tese privilegia os conceitos relacionados à comunicação e ao interesse público, à biopolítica e ao poder da telenovela na perspectiva de autores como Esteves, Foucault, Gomes, Wolton, Machado, Buonanno, Martín-Barbero, Lopes, Souza, Weber, Hamburger, Porto, entre outros. Sob a ótica tridimensional, as categorias de dramatização e de repercussão do tráfico de pessoas são analisadas, tendo como elementos observados os espaços de circulação da telenovela *Salve Jorge*, as ações do Estado via políticas públicas, as campanhas sociais e religiosas de sensibilização e a visibilidade midiática dessas dimensões. O Tráfico de Pessoas é reificado pela emissora, assumindo um caráter de interesse público sob a ótica de Arendt (2001). A evidência do corpo e de sua regulação inerente ao crime reforça a dimensão de intervenção do Estado com suas políticas de enfrentamento ao tráfico humano, discutidas na biopolítica. Porém, é na dramatização que a eficácia de visibilidade ao combate à escravidão moderna se estabelece, reforçando a estratégia de *merchandising* social, própria do melodrama. O que se percebe é que há uma evidência do poder da dramaturgia ao tratar temas de interesse público e, da mesma forma em que o entretenimento debate o tráfico de pessoas, ele gera seu esquecimento ao encerrar sua exibição, tornando-se mercadoria da própria trama.

PALAVRAS-CHAVE: Interesse Público, Telenovela *Salve Jorge*, *Merchandising* Social, Tráfico de Pessoas, Rede Globo.

ABSTRACT

This thesis analyzes the power of the soap opera to dramatize human trafficking: theme of sphere of human rights issues - therefore, by the public interest - which was designed in the media during the broadcasting of the “Salve Jorge” soap opera (by Rede Globo). The soap opera generates visibility of social issues and the inclusion of these issues in the plot is recognized as social merchandising. Human trafficking, as well as part of the melodrama of the plot, circulated in the Brazilian media agenda in 2013 and 2014 through awareness campaigns and engagement. It had worked in the non-governmental nature (Blue Heart Campaign), in religious field (Fraternity Campaign by the National Conference of Bishops of Brazil - 2014) and as central element of public policies with the media coverage of the launch of the containment plan for this crime in the government sphere. The study inquires how effective is the dramatization of Human trafficking from Salve Jorge, considering the projection of visibility and the debate of theme and its role in the TV Globo's image promotion. This research used as methodology the bibliographical research, the documentary research and the Critical Discourse Analysis (CDA) from Fairclough (2001) which presents the three-dimensional analytical of text - discursive practices and social practices. Through this perspective, there is a worry with the power relations in the discourse and the analysis of the context, promoting reflections on the social reality produced. The theoretical approach of the thesis focuses on the concepts related to communications and public interest, biopolitics and the power of the soap opera in concepts of Esteves, Foucault, Gomes, Wolton, Machado, Buonanno, Martín-Barbero, Lopes, Souza, Weber, Hamburguer, Porto, among others. By the three-dimensional perspective, the categories of drama and impact of human trafficking are analyzed. The observed elements are the circulation areas of the soap opera Salve Jorge, the State's actions, through public policies, social and religious awareness campaigns and media visibility. Human trafficking is reified by the TV channel, assuming the public interest from the perspective of Arendt (2001). The notification of the "body" and regulation inherent on crime reinforce the State's intervention dimension with the coping policies to human trafficking, discussed in biopolitics. However, it is in the dramatization that the effectiveness of the fight against modern slavery is established, reinforcing the social merchandising strategy, typical of this melodrama. There is evidence of the power of drama to address issues of public interest. At the same time that entertainment gives visibility to human trafficking it also generate the oblivion of the theme when the soap opera's transmission ends and human trafficking issue becomes the plot's commodity.

Key words: Public Interest, Salve Jorge Soap Opera, Social Merchandising, Human Trafficking, *Rede Globo*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Conceito de Tráfico de Pessoas com base no Protocolo de Palermo.....	44
Figura 2. Vítimas de Tráfico de Pessoas nos Termos da Convenção de Palermo.....	60
Figura 3. Formatos de ficção nacional em números de títulos.....	69
Figura 4. Gráfico da Evolução do <i>Merchandising</i> Social 1996-2005.....	88
Figura 5. Concepção tridimensional do discurso.....	94
Figura 6. Esquema do procedimento de pesquisa.....	101
Figura 7. Frames do quadro War Glória Perez – Programa Tá no AR: TV na TV.....	111
Figura 8. Infográfico “Monte ‘sua’ novela de Glória Perez”.....	111
Figura 9. Frames do primeiro capítulo da novela <i>Salve Jorge</i>	118
Figura 10. Frames das vítimas do tráfico na novela <i>Salve Jorge</i>	119
Figura 11. Cenas da vingança das aliciadas.....	121
Figura 12. Cenas que remetem ao estupro de Jéssica.....	124
Figura 13. Frames do morro do alemão e treinamento do Exército.....	126
Figura 14. Frames das compras da delegada e sua atividade profissional.....	129
Figura 15. Cenas do par romântico principal.....	131
Figura 16. Traficadas: na vida real e na ficção.....	133
Figura 17. Cenas referentes às adoções ilegais.....	134
Figura 18. Print do site <i>Disque Salve</i>	135
Figura 19. Plano Comercial da novela <i>Salve Jorge</i> (parcial).....	137
Figura 20. Frame da vinheta SIC – Tráfico de Pessoas: Os Novos Escravos.....	139
Figura 21. Print da HQ: “O Drama de Jéssica”.....	141
Figura 22. Dossiê do Tráfico.....	143
Figura 23. Cartazes de sensibilização contra o tráfico humano.....	146
Figura 24. Ação de sensibilização contra o tráfico humano.....	147
Figura 25. Campanha Coração Azul.....	149
Figura 26. 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas.....	150
Figura 27. Campanha da Fraternidade 2014 e divulgação de curso.....	151
Figura 28. Frame da matéria exibida no <i>Fantástico</i> (Rede Globo).....	153
Figura 29. Capa da <i>Zero Hora</i> , de 20/01/2013.....	155
Figura 30. Matéria de capa da revista <i>Caros Amigos</i> , (2013).....	156

Figura 31. Matéria veiculada na revista <i>Marie Claire</i>	157
Figura 32. Frame da entrevista com João Guilherme Granja, Chefe do Gabinete da SNJ (2013)	160
Figura 33. Detalhamento da ACD utilizada no estudo.....	162

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Ficções exibidas em 2012 pela Rede Globo.....	28
Quadro 2. Ficções exibidas em 2013 pela Rede Globo.....	30
Quadro 3. Publicações produzidas pelo OBITEL.....	35
Quadro 4. Publicações do Governo Federal referente à Política e aos Planos Nacionais de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas.....	57
Quadro 5. Cronologia da legislação sobre Tráfico de Pessoas.....	58
Quadro 6. Cronologia da legislação e campanhas sobre Tráfico de Pessoas.....	62
Quadro 7. Evolução do <i>Merchandising Social</i> 1996-2005.....	87
Quadro 7. Abordagem tridimensional do Tráfico de Pessoas.....	97
Quadro 8. <i>Corpus</i> de Pesquisa.....	99
Quadro 9. Produção de Glória Perez na TV Globo.....	105
Quadro 10. Descrição e Imagem dos personagens principais <i>Salve Jorge</i>	112

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Vítimas de Tráfico de Pessoas para fins de exploração sexual.....	59
Tabela 2. Número de vítimas do tráfico de pessoas e crimes correlatos em 2012.....	61
Tabela 3. Títulos mais vistos no Brasil (2012-2013)	74
Tabela 4. Títulos mais vistos no Brasil (2013-2014)	75
Tabela 5. Veiculação a novela <i>Salve Jorge</i> em âmbito internacional	138

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACD - Análise Crítica do Discurso
CEDAW - Comitê da Convenção da Mulher
CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil
CONATRAP - Comitê Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
CPI - Comissão Parlamentar de Inquérito
DRPF - Departamento da Polícia Rodoviária Federal
GTI - Grupo de Trabalho Interministerial
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MJ - Ministério da Justiça
MS - Ministério da Saúde
MDS - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.
OBITEL - Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva
ONG - Organização Não Governamental
ONU - Organizações das Nações Unidas
PESTRAF - Pesquisa sobre Tráfico de Mulheres, Crianças e Adolescentes para fins de Exploração Sexual Comercial
PF - Polícia Federal
PNETP - Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
PNTTP - Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
SDH - Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República
SNJ - Secretaria Nacional de Justiça
SPM - Secretaria de Políticas para as Mulheres
UNODC - *United Nations Office on Drugs and Crime*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
2. O TRÁFICO DE PESSOAS E <i>SALVE JORGE</i>	24
2.1 O TRÁFICO DE PESSOAS.....	24
2.2 A TELENVELA <i>SALVE JORGE</i>	26
2.3 REDE GLOBO E <i>MERCHANDISING</i> EM TELENVELA	27
3. LENTE TEÓRICA E CONTEXTUALIZAÇÃO.....	31
3.1 DE ONDE SE PARTE... O AJUSTAR DO FOCO	33
3.2 INTERESSE PÚBLICO E COMUNICAÇÃO	37
3.3. BIOPOLÍTICA E O TRÁFICO DE PESSOAS	42
3.3.1 Biopolítica e a Mídia	51
3.4. TRÁFICO DE PESSOAS NO BRASIL: ações políticas e governamentais	53
3.5 O PODER DA TELENVELA E TEMAS DE INTERESSE PÚBLICO.....	63
3.5.1 Telenovela Brasileira.....	66
3.5.2 Os Limites entre a Ficção e a Realidade.....	70
3.5.3 A Estratégia da Dramatização e <i>Merchandising Social</i>	78
3.5.3.1 <i>Merchandising Social</i> da Rede Globo	81
4. ABORDAGEM METODOLÓGICA	92
4.1 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO	92
4.2 CATEGORIAS DE ANÁLISE	96
4.3 <i>CORPUS</i> DE PESQUISA	98
4.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	100
5. <i>SALVE JORGE</i> : DRAMATIZAÇÃO DO TRÁFICO DE PESSOAS	103
5.1 A AUTORA GLÓRIA PEREZ: TRAJETÓRIA E ESTILO	104
5.2 OS PERSONAGENS	112
5.3.1 A trama central em <i>Salve Jorge</i>	117
5.3.2 A organização do tráfico de pessoas e a ação dos aliciadores.....	122
5.3.3 As vítimas do tráfico	123
5.3.4 Lugares e ambientações.....	125
5.3.4.1 Turquia: palco do crime e refúgio	125
5.3.4.2 O Morro do Alemão e sua ocupação pelo Exército.....	126
5.3.5 As instituições públicas	127
5.3.5.1 O Exército.....	128
5.3.5.2 A ação da Polícia Federal	128
5.3.6 Relações familiares e romances.....	130
5.4 A REALIDADE NA FICÇÃO.....	132
5.5 ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA DE <i>SALVE JORGE</i>	136
5.5.1 A Visibilidade Internacional.....	138
5.5.2 Conteúdos Transmídia.....	139
5.5.2.1 História em quadrinhos – O drama de Jéssica.....	140
5.5.2.2 Dossiê do tráfico.....	142
6. REPERCUSSÃO DO TRÁFICO DE PESSOAS E AÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO	145
6.1 CAMPANHAS GOVERNAMENTAIS DE ENFRENTAMENTO AO TRÁFICO DE PESSOAS	145
6.2 CAMPANHAS SOCIAIS E RELIGIOSAS DE SENSIBILIZAÇÃO AO TRÁFICO DE PESSOAS	148

6.2.1 Campanhas Sociais de Combate ao Tráfico de Pessoas	149
6.2.2 Campanha da CNBB	150
6.3 O TRÁFICO NA PAUTA JORNALÍSTICA.....	152
6.3.1 Ênfase nas políticas públicas e no amparo legal.....	158
7. ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO DO TEMA TRÁFICO DE PESSOAS.....	162
CONSIDERAÇÕES FINAIS	172
REFERÊNCIAS	176
ANEXOS	183

INTRODUÇÃO

A tese discute a inserção de temas de interesse público no entretenimento, em especial, nas telenovelas, observando sua repercussão em outros programas televisivos bem como sua influência (ou fator influenciador) no campo de políticas públicas brasileiras.

De forma mais específica, tem-se o tema do Tráfico de Pessoas, localizado na esfera dos direitos humanos, abordado na telenovela *Salve Jorge*, de Gloria Perez exibida pela Rede Globo entre 22 de outubro de 2012 e 17 de maio de 2013. A prática da inclusão de temas sociais nas tramas das telenovelas é reconhecida ou denominada de *merchandising* social. Portanto, é neste espaço midiático privilegiado de ficção que também se constitui a narrativa de um problema social.

Procura-se indagar a escolha, a manutenção e a repercussão do Tráfico de Pessoas, como diálogo entre ficção e realidade retratado pela telenovela brasileira. A seleção de *Salve Jorge* e da trama principal por ela proposta se sustentam, prioritariamente, pelo fato do tema apresentar uma problemática internacional, não localizada regionalmente ou nacionalmente, potencializando sua discussão, portanto, com visibilidade tanto política quanto teórica.

O tráfico humano é considerado uma prática de escravidão moderna – *modern slave* –, sendo invisível aos olhos sociais. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), o tráfico de pessoas tem como finalidade a exploração humana para a prática do trabalho forçado, da remoção de órgãos, do casamento servil ou da exploração sexual, sendo ela exercida pela ação de “recrutamento, o transporte, a transferência, o alojamento ou o acolhimento de pessoas” por meio de “ameaça ou ao uso da força ou a outras formas de coação, ao rapto, à fraude, ao engano, ao abuso de autoridade ou à situação de vulnerabilidade ou à entrega ou aceitação de pagamentos ou benefícios para obter o consentimento de uma pessoa que tenha autoridade sobre outra” (PROTOCOLO DE PALERMO, 2003). Algumas abordagens desse crime são exploradas em *Salve Jorge*.

A lógica da teledramaturgia se sustenta na trama que, mesmo de ordem ficcional, entrelaça efeitos de realidade numa estética específica, maquiada, editada, recortada e com data de validade. Porém, os temas sociais são reais, contínuos, geradores de indicadores e estatísticas traçados no tempo e na sociedade. A telenovela, portanto, “é um objeto que causa estranhamento devido a sua

extrema simplicidade (aparência) e complexidade (compreensão)” (WEBER; SOUZA, 2009, p. 142).

Esta tese discute o poder da telenovela ao dramatizar temas de interesse público, nesse caso, o Tráfico de Pessoas, sendo geradora de visibilidade dessas abordagens. O tráfico de pessoas, além de fazer parte da trama, gerou debate e foi pauta na mídia brasileira no período entre 2013 e 2014 por intermédio de campanhas de sensibilização e de engajamento, tanto de ordem não governamental (como a Campanha do Coração Azul) como de ordem religiosa, com o lançamento da Campanha da Fraternidade de 2014, pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), além de ter sido elemento central de políticas públicas com a cobertura do lançamento de planos de enfrentamento deste crime no âmbito governamental. Portanto, o tráfico de pessoas emerge como tema central do presente estudo a partir de sua permanência ao longo da trama de *Salve Jorge*.

A reflexão proposta por esta tese parte da telenovela, ancorada na centralidade da televisão na cultura brasileira, prisma amplamente discutido no âmbito acadêmico, que reforça e/ou critica seu poder como um fenômeno técnico-midiático-cultural principalmente pelos habitantes dos países latino-americanos. Conforme indica Sodré (1990), a televisão é uma fração de um sistema de simulação que coloca, entre o sujeito humano e o real, diversas mediações até se chegar a um determinado momento em que já não é mais possível identificar com precisão o que é de fato original e o que é efeito ou resultado do código que organiza a própria mediação.

A ênfase da reflexão recai na pedagogia do melodrama¹ como matriz cultural do que se supõe classificar como uma estratégia de *merchandising* social, que se caracteriza como uma das formas de discussão de questões sociais no âmbito midiático. Para isso, pesquisas (eg. NICOLSI, 2009; JESUS, 2013; LOPES e OROSCO, 2014; etc.) têm utilizado telenovelas como estudos de caso para contextualizar o discurso destinado a informar campanhas sociais. Tal tipo de *merchandising*, além de apresentar como objetivo essencial o de inserir questões sociais na trama das telenovelas, tem o propósito de se aproximar mais de sua audiência, ampliando a possibilidade de gerar comoção do telespectador.

Entende-se que tal estratégia não consiste em uma simples preocupação com a informação e formação de opinião, mas certamente uma questão mercadológica, uma alternativa para despertar o interesse, para buscar proximidade e para garantir audiência, conforme a lógica do

¹ Termo cunhado por Maria Immacolata Vassalo de Lopes.

produto televisivo. No Brasil, no momento em que a chamada classe da maioria (ou classe C) assume uma importância fundamental nos processos socioeconômicos do país, os produtos da mídia manifestam essa necessidade de adequar sua linguagem ao maior número de telespectadores que puder atingir, popularizando ainda mais a sua programação.

Em *Salve Jorge* (2013), a dramatização do tráfico de pessoas é o cerne da trama. Em paralelo à veiculação da telenovela, campanhas sociais e políticas governamentais são lançadas. Associado ao enredo melodramático, o tema Tráfico de Pessoas conquistou outras telas, tanto no âmbito jornalístico como no entretenimento, sendo abordado em capas de jornais, em conteúdo de revistas, em programas televisivos. Logo após veiculação da telenovela, o tráfico de pessoas permaneceu em pauta, sendo incorporado em algum nível de debate, inclusive, pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

Nesse sentido, a observação central do estudo visa em analisar como temas de interesse público são apropriados pelo entretenimento e mídia, repercutidos e reificados através dela, incluindo a observação de seu efeito influenciador no campo das políticas públicas brasileiras, sua cobertura na imprensa e inserção de campanhas na esfera religiosa e práticas sociais. Assim, o tráfico de pessoas tem seu panorama atendido e estendido, alimentado e alimentando os índices de audiência.

Problema de Pesquisa

A discussão do estudo não se limita à escolha do tema, mas também à manipulação de seu conteúdo, sua validade argumentativa, bem como sua elasticidade conforme uma possível adesão (agendamento) ou omissão (silenciamento) do assunto pela mídia. Certamente, tais movimentos são observados conforme a lógica midiática observada por Gomes (2004), ao indicar que

a indústria da informação surge quando o mundo dos negócios se dá conta que a informação pode se transformar num negócio, cujas transações se realizam não mais com corporações e partidos mantenedores, mas com duas categorias novas, os consumidores de informação e os anunciantes (GOMES, 2004, p.50).

Essa lógica, portanto, envolve atributos diversos, como a estética, o tempo, a tecnologia, o tipo de profissionais e os possíveis contratos de leitura na relação espectador (ou leitor). Assim, a telenovela potencializa essa indústria da informação, em que o seu produto final pode ser associado ao caráter mercantil ou comercial no momento em que ela passa a “vender a mercadoria ‘atenção pública’ ou ‘audiência’ aos anunciantes” (GOMES, 2004, p. 51).

A abordagem do tráfico de pessoas é pautada em outros produtos televisivos, abrangendo programas que vão do entretenimento ao jornalismo, reforçando sua extensão temática em outros produtos. Machado (2005, p. 88) indica que em um melodrama os intervalos têm sua função, pois eles fragmentam um programa em capítulos diários. O autor afirma que se “fossem colocados em continuidade numa mesma sequência, o interesse do programa provavelmente cairia de imediato”. Essa estratégia de abordagem do conteúdo de forma fracionada também é observada nos outros produtos televisivos, que gotejam o tema na grade da emissora.

As temáticas – principalmente aquelas que apresentam um apelo de cunho social somado a um possível tratamento estético/visual e que acionam fatores de comoção –, reverberam. Elas autoalimentam a grade da programação da emissora, promovendo uma contínua autorreferencialidade televisiva, ainda mantendo sua função social. A telenovela aborda um assunto atual, mas repercute também no noticiário. Há, portanto, uma redundância e um aproveitamento de pauta. Porém, percebe-se que o tema entra num processo de descarte quando a telenovela chega ao fim, ou melhor, é esquecido ou reduzido em termos de visibilidade por parte da emissora produtora deste conteúdo. A cada novo produto de ficção a(s) temática(s) (re)nasce(m), cresce(m) e morre(m). A discussão que se encerra no próprio personagem e ao final dos cerca de 190 capítulos tem poucas sobrevidas, sendo mantida quando o tema eventualmente oferece solidez para o jornalismo ou retomada em entrevistas com personagens/autores ou reprises da telenovela. Não há uma leitura longitudinal ou a efetiva apropriação da emissora (neste caso, a Rede Globo) na discussão do mesmo.

Ao considerar o poder da telenovela no País, aliado à sua importância histórica na repercussão de temas de interesse público (como violência doméstica, preconceito racial, homossexualidade, entre outros), a presente tese discute o tráfico de pessoas que, ao ser eleito como trama central em *Salve Jorge*, auxilia a manter a própria telenovela em debate, portanto, ampliando sua audiência, como também coloca em pauta a discussão de ações públicas/sociais governamentais. Decorrente dessa reflexão, diversas questões surgem: Como (e por que) temas sociais do campo dos direitos humanos, portanto, de interesse público, são tratados em *Salve Jorge*? Por que o tema Tráfico de Pessoas serve à dramatização ou ao *merchandising* social? Até que ponto a própria novela interfere numa possível banalização do tema ao romantizá-lo? Como o Tráfico de Pessoas repercute na mídia e na política a partir da telenovela? A trama impacta na condução das políticas públicas brasileiras e até quando elas se sustentam e a quem interessam?

Entre outras questões, pode-se sintetizar o seguinte problema de pesquisa: como se efetiva a apropriação e a repercussão do tema Tráfico de Pessoas a partir de *Salve Jorge*, considerando o poder da telenovela para a geração de visibilidade de temas sociais de interesse público?

Ao observar a história narrada em *Salve Jorge*, verifica-se que em grande parte ela se dá tendo como base as movimentações da Polícia Federal em relação ao tráfico de pessoas, e apenas dela, com redução ou silenciamento das demais iniciativas de Governo. Soma-se a isso o fato de que o engajamento da emissora tem data de validade, principalmente pelo fato do produto televisivo apresentar a característica de finitude. Assim, o que se questiona é até que ponto é possível afirmar que há uma efetiva preocupação social no âmbito do *merchandising*.

Hipóteses de Trabalho

A abordagem do tráfico de pessoas amplia ou ratifica de alguma maneira o poder da telenovela quanto à repercussão de temas sociais, desde que esses estejam destituídos da sua realidade, portanto, que sejam associados à ficção, pois o melodrama dilui ou romantiza o impacto do tema. Além disso, ao realizar tal prática, a imagem da emissora se potencializa, se reforça. Temas sociais que são graves ou de difícil abordagem, têm no drama uma possibilidade de serem suavizados ou relativizados, mas ao mesmo tempo, mantêm sua relevância argumentativa.

A ênfase do tema é dada na dramatização e o problema social em si é reduzido, pois na telenovela, a situação de tráfico é resolvida. A justiça (ou a percepção dela) é feita dentro dos 179 capítulos. Porém, o problema social (real) continua. Fora da tela, não há glamorização nas ações de políticas públicas, na campanha da CNBB ou na apropriação da imprensa sobre o tema. Ele é duro, real, não permite romance.

Nesse sentido, uma hipótese que se estabelece é que a escolha e a ênfase dos temas para a prática de *merchandising* social são, primeiramente, de ordem promocional, para promover a imagem da emissora, pois a intenção de desencadear o agendamento do tema é associada ao tempo em que o produto televisivo se mantém em veiculação ou é promovido a partir dele. Os temas sociais são pretextos econômicos, buscando audiência para a trama. Eles são antecipados (ou agendados) em termos de discussão social e midiática, promovem a imagem da emissora, geram pauta e ao mesmo tempo, credibilizam a emissora para uma possível cobrança junto ao governo por políticas públicas efetivas, previstas ou não nos seus planos originais. Essa hipótese é reforçada ao analisar o estilo autoral característico de Glória Perez, que comumente traz temas

sociais para o debate, mesmo que nos limites temporais da veiculação do produto televisivo. O final é conhecido: a emissora é a heroína da própria trama.

Soma-se a isso a reflexão de outra hipótese, tendo como base o **paradoxo** estabelecido: a telenovela auxilia na divulgação do tema, dá visibilidade a ele, mas, ao romantizá-lo, pode diminuir seu impacto como problema social, até mesmo neutralizá-lo, transformando o tráfico de pessoas em produto editado e editável. O tema é hibridizado na narrativa, pois o que se sobrepõe na trama é a visão romantizada inerente ao próprio melodrama. O tema perde força, por vezes quase desaparece, sendo reificado, transformando o tráfico de pessoas em um produto romantizado.

Por outro lado, a dramatização de um tema de interesse público, ao mesmo tempo em que pode ser qualificado como uma estratégia de *merchandising* social (portanto, de ordem promocional), é base para a agenda midiática, que também serve ao debate público. Pode-se dizer que existe uma fronteira borrada entre o *merchandising* social e o debate de temas de interesse público.

Vê-se a necessidade de um cotejar das pautas para verificar o posicionamento e possível efeito influenciador do *merchandising* social na mídia a partir de *Salve Jorge*, bem como nas manifestações de ordem governamental ou religiosa e demais práticas sociais. O tema Tráfico de Pessoas é duro e de abordagem complexa e a telenovela promove, através da sua dramatização, visibilidade, porém nela se encerra. As políticas públicas são (re)constituídas, aprofundadas, mas a discussão midiática sobre o tráfico de pessoas, especialmente aquela referente à exploração sexual, é reduzida ou deixada em segundo plano. Pode-se dizer que o ápice da discussão se dá durante a exibição da telenovela. Sendo assim, mesmo que o tema apresente relevância e densidade contínua de debate, ele terá seu auge promovido pelo viés comercial na forma de entretenimento, suportado pelo produto televisivo.

Objetivos

Como indicado anteriormente, a telenovela parece apresentar um poder de abordagem de temas sociais de forma mais efetiva que a própria comunicação de governo. O tema social tratado na telenovela tende a ser reduzido ou localizado no contexto do *merchandising* social, mas ao mesmo tempo promove sua visibilidade e reverberação, atingindo a sociedade na forma do entretenimento. É um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que a trama é traçada auxiliando na

projeção do tema Tráfico de Pessoas em âmbito nacional, ela suaviza a problemática social, diminuindo seu impacto por tratá-lo de forma ficcional.

No âmbito das reflexões sugeridas, apresenta-se o objetivo principal:

- Analisar o poder da telenovela *Salve Jorge* para a geração de visibilidade e repercussão do tema Tráfico de Pessoas.

Soma-se ao objetivo geral a leitura de diversas outras reflexões que, de forma específica, auxiliam no processo de desvelamento do problema de pesquisa e de configuração das hipóteses.

- a) Analisar os diferentes modos de repercussão do tema Tráfico de Pessoas tendo como impulsionador a telenovela *Salve Jorge* e sua prática de *merchandising* social.
- b) Analisar de que maneira o tema é dramatizado, caracterizando-se como um dispositivo de promoção do produto telenovela, de sua comercialização e de imagem para a própria emissora.
- c) Cotejar a visibilidade e a narração do Tráfico de Pessoas na trama central de *Salve Jorge* e no discurso das ações de ordem legal, institucional e religiosa a partir da inserção do tema na telenovela.
- d) Discutir a hibridação ou neutralização do tema Tráfico de Pessoas sob os princípios da dramatização e da ficcionalidade na trama *Salve Jorge*.

Estrutura da Tese

A tese está organizada em 8 capítulos, incluindo essa Introdução. No capítulo 2, tem-se o objeto de pesquisa, oferecendo um detalhamento da lente do presente estudo com a caracterização da telenovela *Salve Jorge*, apresentando a definição e o panorama do tráfico de pessoas no Brasil e suas relações de ordem internacional, bem como a abordagem da Rede Globo e o uso da estratégia de *merchandising* social.

No capítulo 3, encontram-se os pilares teóricos da tese, subdivididos em 6 subitens principais de fundamentação teórica. Inicia-se com o levantamento do (a) Estado da Arte sobre telenovela e dando maior ênfase aos estudos que elencam o *merchandising* social como um elemento de análise. Para sua composição, pesquisas em repositórios digitais nacionais e produções em congressos científicos foram detalhadas, oferecendo um panorama de onde se parte no presente estudo. O item subsequente refere-se à discussão da relação (b) Interesse Público e

Comunicação, trazendo reflexões à luz de Norberto Bobbio e Hannah Arendt, João Pissarra Esteves e Wilson Gomes, que analisam aspectos da política, da sociedade e dos costumes sociais no âmbito comunicacional, indicando que a comunicação não deve ser vista apenas um instrumento de divulgação, mas é necessário utilizá-la como um modo de pensar e encarar as questões da atualidade.

No subcapítulo (c) Biopolítica e Tráfico de Pessoas resgata-se o olhar no âmbito do biopoder, trazendo à tona possibilidade de diálogo do tema, situado na esfera dos direitos humanos, tendo como referência estudos fundantes de Michael Foucault, observando as relações do uso do corpo e do empoderamento do Estado através da biopolítica, intervindo na vida das pessoas. Sequencialmente, sublinha-se a necessidade de recorrer às publicações de ordem legal apoiadas em Nicholas De Genova e informações da Organização das Nações Unidas (ONU) e o Ministério da Justiça (BRASIL), que ampliam a análise do tráfico de ordem internacional e sua esfera de regulação nacional, própria da matéria estudada em questão. Somas-se a esse tópico a reflexão sobre a relação da biopolítica com a mídia, perpassando as principais discussões, tendo como esteio o olhar de José Aida Prado. Um novo item abre com o mapeamento do (d) Tráfico de Pessoas no Brasil oferecendo maior embasamento legal ao recorte e nacional e à política de enfrentamento ao tráfico humano.

A ficção entra em cena no subitem (e) Poder da telenovela e temas de interesse público, abrindo o debate para a relevância da dramatização de temas sociais em telenovelas, especialmente no contexto brasileiro, tendo em vista a força desse produto televisivo, discutindo seu papel de centralidade, poder e de espaço público no País. Para tanto, tal abordagem é ancorada em estudos realizados por Dominique Wolton, Arlindo Machado, Milly Buonanno, somados à influência de Jesus Martín-Barbero no que se refere aos estudos do exercício do ver e mediações culturais. Associa-se também aos estudos de Daniel Herz, que apresenta a história e abrangência do poderio da Rede Globo, emissora referenciada no estudo. No que se diz respeito à narrativa de ficção televisiva, à ênfase na dicotomia ficção/realidade e aos estudos de autoria, os norteadores teóricos se localizam nos trabalhos de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Maria Carmen Jacob de Souza, Maria Helena Weber, Esther Hamburger e Mauro Porto, sempre tendo como ênfase sua relação com a política no país, seu poder e significado na construção de sua narrativa. Tais autores são fundantes para compreender o paradoxo existente na associação (ou incorporação) dos temas sociais na ficção televisiva e auxiliam no direcionamento do conceito de pós-modernidade

que entende a vida cotidiana da sociedade contemporânea como um fluxo contínuo de signos e imagens. Na telenovela há uma apropriação do corpo, há um emprestar de fala, de discursos, de afetos, somados aos indícios de escravidão romantizada (o tráfico de pessoas é considerado uma forma moderna de escravidão).

Observa-se, portanto, que a cultura de consumo, que é própria da sociedade pós-moderna, é alicerçada na superficialidade das relações sociais dispondo a pessoa (ou o corpo) como mercadoria. Portanto, o tópico teórico aborda as estratégias da dramatização e *merchandising* social, adaptando o uso de temas sociais no enredo ficcional. Para tanto, a abordagem do consumo e práticas sociais também se fazem presentes neste item, tendo como esteio discussões de Fredric Jameson e Mike Featherstone. Esse subcapítulo apresenta um desdobramento, abordando o *Merchandising Social* na Rede Globo, tendo como autor de referência, Márcio Schiavo. Tal termo é entendido como ação socioeducativa utilizada na teledramaturgia, dando corpo e voz a diversos temas sociais dentro da trama. A lente do tráfico de pessoas dá foco à prática do *merchandising* social, ancorada no cunho comercial da discussão de temas de interesse público em produtos de comunicação voltados ao entretenimento, findando o capítulo teórico.

Após o percurso da fundamentação teórica e contextualização sobre o tráfico de pessoas, se apresenta a abordagem metodológica utilizada, localizada no capítulo 4. Para a realização da tese, se fez uso da pesquisa bibliográfica e documental, tendo como base fontes de dados secundários bem como conteúdo em imagem disponibilizado pela emissora e demais atores em seus canais públicos e sociedade civil e religiosa. A análise é realizada tendo como base o olhar de Norman Fairclough, trazendo como referência a Análise Crítica do Discurso, apresentando a tridimensionalidade analítica para cada produtor de conteúdo eleito do presente estudo. Neste capítulo, as categorias dramatização e repercussão do tráfico de pessoas são discutidas, assim como a delimitação do *corpus* de pesquisa.

No capítulo 5, a tese apresenta a descrição da telenovela, com a dramatização do tráfico humano em *Salve Jorge*, explorando os personagens que compõem a trama, os núcleos e arcos dramáticos e um detalhamento da identidade da própria autora, que traz consigo uma assinatura associada ao *merchandising* social. Ainda neste capítulo, é possível observar o detalhamento da apropriação do tema como um mote explorado pela emissora em diversos materiais transmídia por ela produzidos, bem como nos produtos de comercialização da própria telenovela.

No capítulo 6, o estudo apresenta a repercussão do tráfico de pessoas e um panorama das ações de interesse público relacionadas a ele, encontrado nas campanhas e políticas de enfrentamento ao tráfico humano realizadas pelo Governo Federal, bem como nas campanhas sociais (Coração Azul) e religiosas (CNBB). Soma-se a este capítulo a repercussão da imprensa para o tema.

O conjunto final de análises é realizado no capítulo 7, que reúne a proposta de todas as relações estabelecidas na tese, tendo como base categorias analíticas e suas reflexões com os conceitos da fundamentação teórica. Considerações finais são apresentadas no capítulo de encerramento, seguidas de referencial e anexos, que deram suporte ao estudo realizado.

Por fim, entende-se que a contribuição desse estudo para a área de comunicação se encaminha no debate dos limites da cobertura jornalística sobre o Tráfico de Pessoas, sendo que na telenovela percebe-se uma visibilidade maior. Tal crime não é um tema que o jornalismo se ocupe de forma contínua, mesmo que o assunto ofereça essa relevância. *Salve Jorge*, por outro lado, oferece sua pseudo-permanência, contabilizada ao longo dos capítulos de veiculação.

2. O TRÁFICO DE PESSOAS E SALVE JORGE

O objeto de pesquisa da tese é constituído pela abordagem do tráfico de pessoas na telenovela *Salve Jorge*, considerando a geração de visibilidade de um tema de interesse público pela Rede Globo. Soma-se a isso a repercussão do tema em campanhas sociais, religiosas, políticas públicas e cobertura midiática. *Salve Jorge*, escrita por Glória Perez, foi exibida pela Rede Globo de Televisão durante o período de outubro de 2012 até maio de 2013, no horário nobre (21 horas) da grade de programação da emissora. A trajetória da autora e seu estilo de escolhas temáticas são analisados. Durante o decorrer dos capítulos, o tema central foi se constituindo, sendo o elemento elo da trama principal do início ao fim da veiculação.

O tráfico de pessoas é uma das maiores violações aos direitos humanos na atualidade. Seduzidas pela promessa de uma vida melhor, pessoas são aliciadas por redes criminosas responsáveis pelo terceiro comércio ilegal mais lucrativo do mundo, depois dos tráficos de drogas e armas.

Para dar conta da discussão, o presente capítulo apresenta o contexto e definição do Tráfico de Pessoas, aproximando sua leitura à telenovela *Salve Jorge*, somada a uma breve apresentação da Rede Globo, com base no histórico de *merchandising* em telenovela por ela gerenciado, reforçando o olhar estratégico da emissora.

2.1 O TRÁFICO DE PESSOAS

O Tráfico de Pessoas é definido pela Organização das Nações Unidas (ONU) como “o recrutamento, o transporte, a transferência, o alojamento ou o acolhimento de pessoas, recorrendo-se à ameaça ou ao uso da força ou a outras formas de coação, ao rapto, à fraude, ao engano, ao abuso de autoridade ou à situação de vulnerabilidade ou à entrega ou aceitação de pagamentos ou benefícios para obter o consentimento de uma pessoa que tenha autoridade sobre outra para fins de exploração” (PROTOCOLO DE PALERMO, 2003). Movimentando,

anualmente, mais de 30 bilhões de dólares, é considerado o terceiro² maior negócio em giro de capital no mundo.

Em termos de classificação internacional, existem quatro finalidades de tráfico reconhecidas pela ONU: para fins de exploração sexual; de remoção de órgãos, tecidos e partes do corpo humano; de trabalho escravo; de casamento servil. Para a interpretação legal, o tráfico pode ser configurado como um tipo de escravidão, cunhado sob o termo de ‘escravidão moderna’ em âmbito internacional (em inglês, *modern slave*³). É considerando um crime e está relacionado a outras práticas criminosas e de violações aos direitos humanos, servindo, não apenas à exploração de mão-de-obra escrava, mas também a redes internacionais de exploração sexual comercial, muitas vezes ligadas a roteiros de turismo sexual, com o envolvimento de quadrilhas transnacionais especializadas.

No Brasil, o tema foi colocado em pauta pelo Governo Federal em 2004, com a publicação dos decretos nº 5015, 5016 e 5017, que promulgam a convenção das Nações Unidas contra o crime organizado transnacional e protocolos adicionais. Recentemente, tem sido discutido na esfera federal, com a instituição de Comissão Parlamentar de Inquérito no Senado Federal (entre 2011 e 2012), Política e Planos Nacionais de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (2006; 2008 e 2013), bem como a realização de simpósios para discutir o problema de ordem internacional. Entre 2005 a 2011, as vítimas de tráfico de pessoas para fins de exploração sexual totalizaram mais de 450 casos mapeados pelo Ministério das Relações Exteriores, sendo considerado um negócio que apresenta variação conforme a economia mundial.

Na apropriação midiática pelo viés do entretenimento, a telenovela assume esse assunto como elemento central. Em *Salve Jorge*, algumas personagens (incluindo a protagonista) são vítimas do tráfico para fins de exploração sexual, sendo traficadas para a Turquia onde são exploradas por uma quadrilha com a ‘justificativa’ de dívida adquirida pela viagem, ameaça familiar e restrição de acesso aos documentos, configurando-as como imigrantes ilegais naquele país. Além dessa linha, a telenovela aborda o tráfico de bebês, resgatando na trama a história de uma personagem que foi adotada ilegalmente e descobre sua verdadeira trajetória ao longo da evolução dos capítulos. A ação da Polícia Federal, somada a intervenções militares, é acionada na

² Perde para o tráfico de drogas e comercialização ilegal de armas.

³ Interessante observar que *slave* (em inglês) confere a mesma associação de letras de *salve* (*Salve Jorge*).

trama, apresentando a temática sob o ponto de vista do processo de mapeamento das quadrilhas e envolvimento de agenda internacional, tendo em vista a amplitude do crime.

Em *Salve Jorge*, pode-se observar ao menos três arcos dramáticos envolvendo o tráfico de pessoas: as vítimas do tráfico, a ação da quadrilha e a atuação da Polícia Federal no combate ao crime. Tais elementos acionados somam na configuração da estratégia de *merchandising* social da Rede Globo.

2.2 A TELENOVELA *SALVE JORGE*

Salve Jorge, escrita por Glória Perez e sob direção de Marcos Schechtman e Fred Mayrink, estreou no horário nobre na TV Globo, no dia 22 de outubro de 2012, encerrando sua exibição em 17 de maio de 2013 (reprise do último capítulo no dia 18 de maio). Com 179 capítulos, a média de audiência⁴ da telenovela foi de 33,6, sendo considerado um dos índices⁵ mais baixos da história da TV Globo (tabela de audiência completa da *Salve Jorge* no Anexo A). O tema Tráfico de Pessoas é o cerne social do folhetim, abrindo o primeiro capítulo com cenas de um leilão da protagonista na Turquia (país-cenário onde a exploração sexual é praticada, tendo como aliciadas personagens que moram no Rio de Janeiro).

O elenco contou com 91 personagens, além de figurantes para produzir as cenas mais abertas ou aquelas que reproduziam a exploração das traficadas. No que se refere às locações, os espaços geográficos prioritários da trama se localizavam no Rio de Janeiro, em especial, no Complexo do Alemão. Em âmbito internacional, na Turquia, mesclando cenas da Capadócia e de Istambul.

Na dimensão do Complexo do Alemão, o olhar da trama foi pautado pela pacificação da favela, contando com a presença da cavalaria do Exército Brasileiro e seu papel no processo de fortalecimento de UPPs (Unidade de Polícia Pacificadora). Atores realizaram aulas de equitação,

⁴ Audiência *Salve Jorge*. O planeta TV. Disponível em <http://oplanetatv.clickgratis.com.br/novelas/ranking/>, acessado em 11/01/2014; Audiência *Salve Jorge*. Blog Esfera Uol. Disponível em <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2013/05/18/o-que-levou-gloria-perez-a-perder-o-rumo-de-salve-jorge/>, acessado 11/01/2014.

⁵ Por outro lado, vale uma reflexão sobre os índices de audiência tendo em vista a complementação do acesso ao conteúdo de entretenimento *on demand*, sendo possível acessar na íntegra os capítulos de novela via dispositivos móveis ou computadores, não computando os índices tradicionais de audiência.

conviveram no ambiente do comando de Agulhas Negras (RJ) para desenvolver o que é identificado como laboratório de preparação para a telenovela.

Os capítulos, veiculados de segunda a sábado, apresentavam uma média de 75 minutos de duração, sendo reduzidos a 45 minutos às quartas-feiras em função da programação esportiva da Rede Globo. A telenovela foi exportada para diversos países, dentre eles Portugal e países africanos, onde a emissora já apresenta parcerias de veiculação de seus produtos de entretenimento.

Na construção da trama o que se vê de fato são os contextos já estabelecidos na composição do produto dramático: “heróis protagônicos, belos, apaixonados, jovens, virtuosos; as falhas de um e de outro são superficiais e sempre justificadas. Suas virtudes são realçadas até o exagero: são trabalhadores, constantes, bons pais, lutadores, honestos, leais, corajosos e estão sempre com boa aparência” (PALLOTTINI, 2000, p.7). Em *Salve Jorge*, a fórmula não se altera. As subtramas se apresentam, trazendo as relações amorosas, os desafetos, a sexualidade prevista na ação do tráfico e na sedução, as diferentes dimensões de classe social, as discussões e conflitos familiares, a bondade, as ações públicas nas esferas do Exército e da Polícia Federal, e a vitória do bem contra o mal ou o sentimento de justiça realizado como suposto final feliz.

Além de cumprir a receita do produto melodramático, *Salve Jorge* é escrita, como já mencionado, por Glória Perez, que por sua vez é conhecida pela sua marca autoral, dando luz e voz a temas sociais, prática cunhada como *merchandising* social. Sua primeira experiência na televisão foi na Rede Globo, como pesquisadora de texto na telenovela *Memórias de Amor*, em 1979 (TV GLOBO, 2008). Desde então, a autora construiu uma trajetória de sucesso, com premiações nacionais e internacionais em suas produções.

2.3 REDE GLOBO E *MERCHANDISING* EM TELENOVELA

A Rede Globo é a maior emissora do País equilibrando o que é considerado sucesso comercial com a qualidade artística. Segundo dados do OBITEL (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva), no Brasil, existem seis redes nacionais de televisão aberta, sendo cinco privadas – Globo, SBT, Record, Band e Rede TV! – e uma pública, TV Brasil. Em 2012, com

exceção de duas (TV Brasil e Rede TV!), todas produziram e exibiram ficção televisiva (OBITEL, 2013).

No que se refere à audiência individual, a Globo permanece na liderança com 40,7% da TV aberta. A emissora é considerada a maior produtora de ficção televisiva no país, tendo sido responsável por 31 das 41 produções nacionais inéditas. Segundo os dados do Guia Ilustrado TV Globo (2010), são cerca de 2.500 horas anuais de novelas e programas e 1.800 horas anuais de telejornalismo.

No ano de 2012, entre os televisores sintonizados exclusivamente em canais de televisão, a Globo obteve 44,7% de *share*. A emissora também confirmou sua hegemonia na programação, sendo que os 47 programas mais vistos em 2012 foram da Globo (OBITEL, 2013). Além disso, dos dez títulos mais vistos em 2012, sete são telenovelas, sendo todas as produções da Rede Globo.

A seguir, apresenta-se o quadro com as produções da emissora realizadas em 2012, sendo possível observar o volume de títulos inéditos e reprises por ela veiculados.

Quadro 1. Ficções exibidas em 2012 pela Rede Globo

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – Rede Globo	TÍTULOS NACIONAIS REPRISAS – Rede Globo
1. A grande família – 12ª temporada (série)	1. Da cor do pecado (telenovela)
2. A vida da gente (telenovela)	2. Mulheres de areia (telenovela)
3. Amor eterno amor (telenovela)	3. Chocolate com pimenta (telenovela)
4. Aquele beijo (telenovela)	
5. As brasileiras (série)	
6. Avenida Brasil (telenovela)	
7. Cheias de charme (telenovela)	
8. Como aproveitar o fim do mundo (minissérie)	
9. Dercy de verdade (minissérie)	
10. Doce de mãe (telefilme)	
11. Fina estampa (telenovela)	
12. Gabriela (telenovela)	
13. Guerra dos sexos (telenovela)	
14. Lado a lado (telenovela)	
15. Louco por elas – 1ª temporada (série)	
16. Louco por elas – 2ª temporada (série)	
17. Malhação – 19ª temporada (<i>soap opera</i>)	
18. Malhação – 20ª temporada (<i>soap opera</i>)	
19. O brado retumbante (série)	
20. Salve Jorge (telenovela)	
21. Subúrbia (minissérie)	
22. Tapas & beijos – 2ª temp. (série)	
23. Xingu (minissérie)	

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de OBITEL, 2013 (p.140).

As temáticas dominantes nas principais ficções de 2012 referem-se aos seguintes contextos: “relações familiares, vingança, ambições, adultério, revelações de identidade, disputas entre classes sociais, preconceitos raciais, de classe e de gênero, abandono de menores, corrupção” (OBITEL, 2013, p. 148-149).

Elemento definidor da narrativa da telenovela brasileira, as temáticas sociais se desenvolvem ao longo da trama em diferentes núcleos, possibilitando o tratamento do assunto a partir de diversas perspectivas, complementares e antagônicas, o que confere à telenovela a condição de “narrativa televisiva complexa” (Mittell, 2012) desde a década de 1970 (OBITEL, 2013, p. 149).

Após 50 anos de existência, a Rede Globo é considerada referência na produção de teledramaturgia, mantendo alguns padrões nos elementos que constituem a trama. Pallottini (2000) atenta para a construção do enredo, que é uma história aberta, sendo elaborado conforme a veiculação da telenovela, estando sujeito a sofrer as modificações contingenciais, observando (in)sucessos, êxito da audiência, não se configurando como uma obra concluída, sendo sempre possível promover mudanças ao longo de sua exibição. Porém, há uma fórmula clássica em que “o vilão da telenovela é o personagem encarregado de cumprir as ações negativas, de se constituir no adversário do herói, aquele que vai impedir o seu caminho na consecução de seus fins” (PALLOTTINI, 2000, p. 9).

Associado a ações de responsabilidade social, a emissora realizou, em 2012, as seguintes abordagens sociais em telenovelas:

(...) abandono de crianças e trabalho infantil, em *Avenida Brasil*; diversidade cultural, adoção ilegal de crianças e tráfico de pessoas, em *Salve Jorge*; condições de trabalho e direitos das trabalhadoras domésticas, em *Cheias de Charme*; eventos históricos do início do século XX e tradições da população negra, em *Lado a Lado*; desaparecimento de crianças, em *Amor Eterno Amor*; direitos da infância e preconceito por orientação sexual, em *Aquele Beijo*; inclusão e direitos de pessoas com deficiência, *bullying* e engajamento de jovens em questões sociais, em *Malhação* (OBITEL, 2013, p. 134).

Em 2013, a telenovela se manteve como principal formato oferecido na televisão brasileira, com 40% dos títulos inéditos exibidos e a Globo permaneceu na liderança no que se refere às ficções de estreia, com 62% dos títulos, seguida pela Record (24%) e SBT (8%), conforme dados do Obitel (2014). Sublinha-se o fato de que mais de 80% das horas de ficção

produzidas e exibidas em 2013 foram de telenovela, reforçando seu peso na composição da grade de programação da televisão brasileira.

A seguir, observa-se o quadro com as ficções exibidas pela rede Globo em 2013, ano que encerra a veiculação de *Salve Jorge*.

Quadro 2. Ficções exibidas em 2013 pela Rede Globo

TÍTULOS NACIONAIS INÉDITOS – Rede Globo	TÍTULOS NACIONAIS REPRISAS – Rede Globo
1. A grande família – 13ª temporada (série)	1. Da cor do pecado (telenovela)
2. Além do horizonte (telenovela)	2. O cravo e a rosa (telenovela)
3. Alexandre e outros heróis (unitário)	3. O profeta (telenovela)
4. Amor à vida (telenovela)	
5. A mulher do prefeito (série)	
6. Didi peregrino (telefilme)	
7. Flor do Caribe (telenovela)	
8. Guerra dos sexos (telenovela)	
9. Gonzaga – de pai pra filho (minissérie)	
10. Joia rara (telenovela)	
11. Lado a lado (telenovela)	
12. Louco por elas – 3ª temporada (série)	
13. Malhação – 20ª temporada (<i>soap opera</i>)	
14. Malhação – 21ª temporada (<i>soap opera</i>)	
15. O canto da sereia (minissérie)	
16. O dentista mascarado (série)	
17. Pé na cova (série)	
18. Pé na cova – 2ª temporada (série)	
19. Sai de baixo – 8ª temporada (série)	
20. Salve Jorge (telenovela)	
21. Sangue bom (telenovela)	
22. Saramandaia (telenovela)	
23. Tapas & beijos – 3ª temporada (série)	

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de OBITEL, 2014 (p.130-131).

É possível observar que os produtos de ficção exibidos pela Rede Globo tendem a ser oferecidos de forma numérica constante, mantendo uma oferta média de 26 títulos anuais. Na construção da obra televisiva, o *merchandising* social se estabelece como uma das estratégias comerciais assumidas pela Rede Globo. Apresenta-se, a seguir, a fundamentação teórica, dando suporte basilar para a discussão proposta na presente tese.

3. LENTE TEÓRICA E CONTEXTUALIZAÇÃO

Aspectos teóricos e conceituais que sustentaram o presente trabalho encontram-se neste capítulo, situando dimensões contextuais referentes ao tema. De um modo amplo, a telenovela se configura como o pano de fundo para o diálogo analítico que se oferece na tese, alinhando referências da apropriação e dramatização de temas sociais de interesse público no âmbito do entretenimento televisivo.

A televisão chama a atenção mesmo nos tempos que correm. Faz falar dela, pois informa, disponibiliza conteúdo e entretém. Mesmo no sofá – como refletia Baudrillard –, se vibra ou se comemora com as conquistas, vitórias ou ações dos outros. Por ser concessão federal em nosso País, a televisão apresenta obrigações, e por ser de ordem comercial, necessita gerar resultados. Conforme indicado por Duarte e Castro (2007, p.8), “a televisão, no Brasil, é uma empresa comercial; pauta-se por uma lógica econômica; oferece o que o telespectador quer consumir. Assim, seus produtos, antes de tudo, falam de todos nós, devendo, por isso mesmo, interessar, como objeto de estudo, a diferentes áreas das ciências humanas e sociais”. Nesse (pseudo)ambiente, na realidade construída pela mídia, ou na sua representação, há um forte produto televisivo: a telenovela.

No Brasil, a telenovela caracteriza-se como um dos principais produtos da indústria cultural e um produto diferenciado, fruto da história da televisão e da cultura do país (NICOLOSI, 2009), apresentando-se num processo evolutivo, em conjunto com a modernização da sociedade alimentada pelas transformações sociais e mudanças no modelo narrativo. Desde o final da década de 1960, é por meio do melodrama que o formato tem refletido e refratado (BAKHTIN, 1981) a realidade social cotidiana, constituindo-se em agente de informação e formação difusa. A sobreposição de ficção e realidade se potencializa com a reabertura democrática, iniciada por volta dos anos 90. Atualmente, no País, ainda é possível observar sua grande penetração popular, somado ao fato de ter conquistado o mercado externo, além de ser provocadora de polêmicas e mobilizadora da opinião pública, sendo associada como o cartão de visitas da maior rede de televisão nacional.

A telenovela, sem abandonar a emoção e a dimensão pedagógica característica do produto melodramático, ao aproximar os limites da ficção com a realidade, foi se constituindo com o que Lopes (2003) designa como um recurso comunicativo, trazendo para a trama um repertório de

referências, reconhecido e compartilhado pelos brasileiros. Nesse contexto, com a estratégia de retratar preocupações sociais contemporâneas em suas tramas, a telenovela consegue promover ou instigar discussões ao ponto, como indicado por Lopes (2003), de observarmos o retrato brasileiro de forma mais fiel nela que em jornais. “(...) A novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, indo da intimidade privada aos problemas sociais” (LOPES, 2009, p. 26).

A telenovela se apropria de determinados temas sociais para compor sua estória. Temas esses que também são de interesse público e com elevado interesse midiático, mercadológico, político, individual ou coletivo, e da opinião pública. Nela (na ficção), não se pode esquecer do “valor de verdade” ou de verossimilhança, reforçada por Marques e Maia (2008, p.168) ao afirmarem “mesmo que certas ações sejam por nós identificadas como existentes apenas no plano da ficção, os sentimentos que movem as personagens, seus gestos e intenções muitas vezes correspondem ao que conhecemos a respeito do mundo em que habitamos”. Nesse sentido,

Abordar a telenovela como recurso comunicativo é identificá-la como narrativa na qual se conjugam ações pedagógicas tanto implícitas quanto deliberadas que passam a institucionalizar-se em políticas de comunicação e cultura no país. Em outros termos, é reconhecer a telenovela como componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade (LOPES, 2009, p.32).

Esta autenticidade ao narrar, interpretar ou reproduzir discussões da sociedade atual é potencializada por aquilo que vem se chamando de *merchandising* social que, ao transpor a (re)leitura do real para a ficção, traz elementos que dão suporte à manutenção de uma estética que é capaz de reunir os aspectos de um melodrama. Supõe-se que, com a justificativa da prática do *merchandising* social, o autor de uma telenovela pode abordar a tragédia, heroísmo, ou dualidade entre o bem e o mal. Miséria, violência, pobreza, tráfico, prostituição, drogas, esquizofrenia são temas duros que o melodrama incorpora conforme sua característica estética, podendo suavizar ou intensificar seu apelo conforme o grau de aceitação da recepção, bem como conforme o interesse da emissora e/ou dos autores.

“A telenovela, ao abordar temas próximos do cotidiano vivido pelos telespectadores – privilegiando histórias que assumem um caráter de ‘crônica do cotidiano’ –, permite-nos transitar entre os domínios do público e do privado, entre as experiências subjetivas e as coletivas”. (MARQUES e MAIA, 2008, p.172). Neste sentido, a presente tese traz como referência um

panorama sobre a produção científica referente ao tema analisado, buscando resgatar a trajetória de discussão sobre *merchandising* social em telenovelas, ampliando sua leitura para a densidade observada quando se debate temas sociais de interesse público nas esferas do entretenimento.

Esta seção inicia com o estado da arte sobre tais abordagens. Sequencialmente, o trabalho apresenta o esforço teórico apontando os seguintes pilares: interesse público e comunicação; biopolítica e tráfico de pessoas e uma reflexão sobre biopolítica e mídia. O contexto do enfrentamento do crime no Brasil é apresentado e, em continuidade, o trabalho discute sobre o poder da telenovela e a abordagem de temas de interesse público, além das estratégias da dramatização de tais temas em telenovelas, aproximando a prática de *merchandising* social, especialmente aquela realizada pela Rede Globo.

3.1 DE ONDE SE PARTE... O AJUSTAR DO FOCO

Para dar início ao estudo, é necessário apresentar o *status* da pesquisa referente às temáticas a serem aprofundadas pelo presente trabalho, definido como estado da arte. Nesse sentido, fez-se uma busca por pesquisa de dados secundários tendo como base bancos de referências, contemplando diversos artigos publicados em produções da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós) e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom), trabalhos acadêmicos em âmbito de pós-graduação ligados à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior (Capes) e de domínio público, bem como buscas em sites de bibliotecas universitárias e possíveis grupos de estudo vinculados aos temas associados em dois grandes blocos temáticos: telenovela e temas de interesse público.

Portanto, no que se refere ao percurso de pesquisa, o primeiro passo deu-se na direção de promover um levantamento de produções voltadas à recepção, produção e circulação de telenovela no país. A ficção televisiva seriada é tema de estudo científico desde a década de 70, e nos anos 90 apresenta um destaque com a criação do Núcleo de Pesquisa de Telenovela (NPTN), em 1992, junto à Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). De forma referencial, destacam-se para os trabalhos de Maria Immacolata Vassalo de Lopes, com produções associadas ao Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL), bem como a estudos voltados à temática de direitos humanos e cidadania. Sublinham-se os trabalhos

desenvolvidos sob o olhar da representação política e autoria na telenovela, alicerçados por Maria Carmem Jacob Souza e Maria Helena Weber; bem como sólidas reflexões indicadas por Mauro Porto ao estudar a recepção e os efeitos de dois programas da Rede Globo nas atitudes políticas dos brasileiros.

De maneira geral ainda são poucas as obras que retratam a abordagem do *merchandising* social televisivo e, quando o fazem, há o destaque desta abordagem como um indicador social positivo da telenovela. Ressalta-se para o estudo promovido por Alejandra Nicolosi (2009), intitulada “*Merchandising* social na telenovela brasileira. Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida”, reforçando a hipótese de que o *merchandising* social é uma ação pedagógica ou mediação para uma educação baseada na oralidade.

Outros estudos que são referência seguem o mesmo percurso como os de Lopes (2010), em “Telenovela e *Merchandising* Social em Países Ibero-americanos”, referenciando os aspectos socioeducativos da telenovela estudados pelo OBITEL ao longo do triênio 2007-2009 e em 2009, com o artigo “Telenovela e direitos humanos: a narrativa da ficção como recurso comunicativo”, defendendo que a telenovela brasileira tornou-se um espaço público de debates de temas representativos da modernidade que se vive no país, passando a ser, assim, um recurso comunicativo que, ativado, possibilita compartilhar os direitos culturais, a diversidade étnica e a convivência social, logrando maior consciência e motivação para práticas contra os conflitos e desigualdades que marcam a sociedade brasileira.

Sob um prisma crítico referente ao interesse mercadológico das emissoras, o estudo de Nabil Sleiman Ali (2008), em “Análise do discurso ideológico no *merchandising* social”, salienta que ainda que se obtenham resultados socialmente desejáveis com tal estratégia há, também, uma autopromoção do veículo, sendo que o *merchandising* social contribui para a manutenção da sua hegemonia e do *status quo* vigente.

Dentre as pesquisas realizadas, registra-se como o mais recente a produção de Silvia Terezinha Torreglossa de Jesus (2013), em “Função educativa da telenovela brasileira: do *merchandising* social à ação socioeducativa em *Salve Jorge*”. Tal estudo analisa a conversação do tema nas redes sociais, especificamente o Facebook, ainda que nesse âmbito os temas apareçam em menor constância ao comparados com a mídia hegemônica.

Em termos quantitativos, estudos sobre telenovela vêm sendo projetados pelo Obitel de forma continuada que, desde 2008, tem publicados anuários com o objetivo de “apresentar e

discutir as análises sobre produção, audiência e repercussão sociocultural da ficção televisiva na América Latina e na Península Ibérica, por meio de publicações e seminários” (OBITEL, 2013), conforme observado no Quadro 3.

Quadro 3. Publicações produzidas pelo OBITEL

Anuário Obitel 2008: Mercados Globais, Histórias Nacionais
Anuário Obitel 2009: A Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos: narrativas, formatos e publicidade
Anuário Obitel 2010: Convergências e Transmídiação da Ficção Televisiva
Anuário Obitel 2011: Qualidade na Ficção Televisiva e Participação Transmidiática das Audiências
Anuário Obitel 2012: Transnacionalização da Ficção Televisiva nos Países Ibero-Americanos
Anuário Obitel 2013: Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos
Anuário Obitel 2014: Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva

Fonte: Obitel. Adaptado pela autora

No que tange aos estudos de recepção tendo como base as pesquisas de *stricto sensu* realizadas na área da comunicação no Brasil, vale-se de levantamentos observados a partir de 1990, como o produzido por Jacks, Piedras e Menezes (2008), que se debruçaram sobre 49 pesquisas que tratavam de recepção, na década de 90, organizando-as segundo o critério de abordagens proposto por Escosteguy (2004), subdivididas em 32 pesquisas que referenciaram o enfoque sociocultural⁶ (que considera as relações sociais e culturais), nove pesquisas com abordagem comportamental⁷ (que estuda as reações do público ao estímulo midiático) e quatro estudos com enfoques diversos (que abrange uma gama ampla, de *agenda setting* a revisões teóricas).

Soma-se a esse levantamento, estudos realizados por Knewitz et al. (2014) que buscam sintetizar os avanços e entraves das investigações sobre recepção a partir da década de 90, período em que foram produzidas dez produções *stricto sensu* no âmbito dos estudos de recepção. Nas pesquisas realizadas na década de 2000, os estudos de recepção totalizaram 24 trabalhos.

Ao longo desse período, o olhar sobre a telenovela ampliou sua discussão como mero meio de entretenimento, justificado pelas transformações vivenciadas no campo da produção e da recepção, “posicionando a identidade como temática central na abordagem *sociocultural*. (...). A

⁶ Segundo Escosteguy (2004, p. 135), a categoria sociocultural “abarca uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais. Mais do que o estudo do fenômeno de recepção em si mesmo, pretendem problematizar e pesquisar, seja do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural”.

⁷ Segundo Escosteguy (2004, p. 135), “caráter *comportamental* são entendidos como os estudos dos diferentes impactos derivados dos meios, isto é, o produto midiático é considerado um estímulo que provoca diversas reações nos públicos”.

identidade foi estudada como mediação constitutiva da interação entre audiência e televisão/telenovela” (SCHMITZ et al., 2014, p.03). Tais estudos, conforme indicado pelos autores, “expressam heterogeneidade nas denominações identitárias e evidenciam que os processos culturais encontram-se vinculados às relações sociais”, destacando as discussões no que se referem às relações de classe, sexo, gênero, raça e geração, bem como reflexões referentes aos processos culturais que envolvem poder.

Em um levantamento no portal Domínio Público⁸ do Governo Federal, é possível listar 37 trabalhos que apresentam no título o termo “Telenovela”. As diversas produções se localizam no período entre 2005 e 2010, conforme observado no Anexo B. Dessas, apenas três trazem como temática o *merchandising* social de forma explícita no título.

No banco de teses da Capes⁹, ao buscar pela palavra-chave “*merchandising*” no acesso de busca simples, tem-se um levantamento de sete registros encontrados (vide Anexo C), mesclando origem da Área de Conhecimento entre Comunicação (4), Administração (1), Engenharia de Produção (1) e Letras (1). Causa inquietação¹⁰ os números relativamente escassos e com uma pulverização de áreas associadas. Assim, a pesquisa foi ampliada, tendo como referência o Portal Capes¹¹, que permite o acesso a periódicos, livros, artigos e trabalhos científicos produzidos no país. No item de busca avançada por assunto, foi feita a pesquisa para o termo ‘*Merchandising Social*’, contendo nos filtros o indicativo de exatidão do termo. Essa busca revelou três trabalhos realizados (vide Anexo D), todos da área da Comunicação, tendo no título das teses tal expressão. Uma nova busca, com o termo ‘Telenovela’ foi realizada, contemplando um total de 208 trabalhos referenciados entre 1970 e 2015, tanto de origem nacional como internacional, ampliando-se ainda a base para não somente teses, como também livros e artigos científicos.

Observando esse apanhado sobre ficção televisiva, percebe-se a relevância desse produto (telenovela) na análise acadêmica, atualmente já sendo observada sob o olhar de *crossmídia* ou

⁸ Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.do>>, sob a busca do termo ‘Telenovela’ na categoria Título, acessado em 21 de junho de 2014.

⁹ Disponível em <<http://bancodeteses.capes.gov.br/>>, sob a busca do termo ‘Merchandising’ na busca simples, acessado em 9 de fevereiro de 2015.

¹⁰ A inquietação se justifica pelo percurso de pesquisa que a autora vem realizando para a produção dessa tese, pois foi possível ter acesso a outros trabalhos sob a ótica do *merchandising* social por canais específicos de programas de pós-graduação, que apresentam também uma organização de repositórios digitais próprios, provavelmente não compartilhados com o Portal da Capes. Porém, tendo em vista a relevância do órgão federal, buscou-se filtrar alguns dados pelo seu intermédio.

¹¹ Disponível em <http://www.periodicos.capes.gov.br/>, sob a busca dos termos ‘Merchandising Social’, na busca avançada por título com filtro exato deste termo. Assim como uma nova busca avançada com o termo ‘Telenovela’. Acessado em 9 de fevereiro de 2015.

*transmídia*¹², além de leituras aprofundadas no que se refere às novas narrativas de produção e circulação por intermédio da internet. Vê-se, ainda a necessidade de se debruçar sobre reflexões de ordem política, extrapolando os confrontos e/ou consensos já localizados no âmbito da recepção. De certa forma, é possível iniciar pelo fato de que a criticidade ao *merchandising* social (terminologia inclusive pouco contestada nas bases teóricas observadas) parece se apresentar de forma reduzida.

É percebida, portanto, a centralidade dos estudos sobre televisão e telenovela, porém, o *merchandising* social não recebe uma análise crítica como estratégia. Há uma visão romantizada no rótulo de prática cidadã ou de valência positiva sobre tal prática, havendo espaço para uma discussão mais estruturada sobre seu real papel ou eventuais limites. Ao se apropriar de temas de interesse público, o *merchandising* social em telenovelas privatiza o tema, transforma-o em mercadoria, usando essa estratégia em prol da ficção e não o inverso, como de fato a emissora promove. Para dar conta desta reflexão, parte-se para a relação de abordagem teórica que oferece subsídios para uma análise dos temas propostos para discussão da tese.

3.2 INTERESSE PÚBLICO E COMUNICAÇÃO

A discussão sobre interesse público e comunicação é fundante para o presente estudo, pois o tráfico de pessoas é um tema situado na dimensão da esfera pública, sendo seminal para desencadear ou reforçar um debate estabelecido pela telenovela a partir da repercussão e visibilidade por ela gerada. Nesse sentido, tendo como base os estudos de Arendt (2001), Bobbio (2003), Gomes (2008) e Esteves (2011), discute-se o entendimento de interesse público, esfera pública e opinião pública, iniciando sua referência através da reflexão entre público e privado. Para Bobbio (2003, p. 13), tais termos tratam de uma “grande dicotomia” das sociedades modernas, da qual as disciplinas jurídicas, sociais e históricas se suprem para “delimitar,

¹² Para apresentar uma narrativa transmidiática “é necessário que haja uma expansão do universo ficcional em diferentes plataformas, sendo fundamental que cada um dos conteúdos dispersos seja autônomo e independente entre si. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games, ou experimentado como atração de um parque de diversão”. Já, crossmídia refere-se ao “cruzamento de diversos meios com a mesma narrativa, portanto sem autonomia de conteúdo em cada plataforma”. (JACKS, N. e OIKAWA, E. *Passione e Avenida Brasil: produção crossmídia e recepção transmidiática?* In: *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira / organizado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes*. Porto Alegre: Sulina, 2013. (p.182).

representar, ordenar o próprio campo de investigação”. Os termos “podem ser definidos um independentemente do outro, ou então apenas um deles é definido e o outro ganha uma definição negativa” (2003, p.14) podendo, portanto, serem avaliados com peso ou relevância maior para aquele termo citado, por exemplo. Conforme o autor, os termos dessa dicotomia são contraditórios tanto no que se refere ao seu significado descritivo, “no sentido de que no universo por ambos delimitados um ente não pode ser simultaneamente público e privado, e sequer nem público nem privado”, quanto em termos de seu significado valorativo, “no sentido de que, quando é atribuído um significado valorativo positivo ao primeiro, o segundo adquire um significado valorativo negativo, e vice-versa” (BOBBIO, 2003, p. 20).

De ordem polissêmica, o termo ‘público’, enquanto substantivo, pode se referir, segundo Esteves (2011) a um conjunto de indivíduos reunidos por meio de algum interesse comum ou, mais precisamente, a uma forma de sociabilidade tipicamente moderna e diferente daquela que constitui a “massa” (ESTEVES, 2011, p. 161). Por outro lado, como adjetivo, pode assumir o sentido amplo de ‘coletivo’, o sentido mais restrito de ‘estatal’ ou ‘relativo ao Estado e à coisa pública’, como também pode traduzir o sentido diverso de ‘exposto ao público, manifesto, visível no espaço público’. De igual forma, seja qual for o sentido de público a que se deseja referir, ele sempre é referenciado por contraste ao sentido de privado.

De forma antecedente, pode-se observar que essa categorização dicotômica público/privado desenvolveu-se a partir da experiência da cidade-estado grega (a *polis*), na antiguidade. De acordo com Arendt (2001, p. 34), para os gregos antigos a referência de privado relacionava-se à vida laboral e doméstica, contemplando a ocupação do homem no que se refere às suas necessidades de produção e reprodução, enquanto o público consistia na esfera do que é comum, de ação (*práxis*) e de discursos (*lexis*), portanto, referente a um domínio da liberdade e da atividade política, no sentido de ir além e conseguir realizar grandes feitos, conquistar certa transcendência ou imortalidade.

Na esfera privada, o universo estabelecido é o da casa, do âmbito doméstico; sendo na esfera pública, aquele que se refere ao debate. No ambiente privado (domínio da necessidade), admitia-se o uso da violência e da força, recursos que na vida pública deveriam ser substituídos pelo uso do discurso e das palavras como meios de persuasão. Para os cidadãos da *polis*, “forçar alguém mediante violência, ordenar ao invés de persuadir, eram modos pré-políticos de lidar com

as pessoas, típicos da vida fora da *polis*, característicos do lar e da vida em família” (ARENDDT, 2001, p. 36).

Somado ao discurso, relacionava-se ao termo público a ideia de visibilidade, ou seja, o termo público denota também “que tudo que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível” (ARENDDT, 2001, p. 59). Dissonante ao espaço sombrio da intimidade privada, o público constituiria o lugar iluminado que confere um caráter de realidade a tudo aquilo que vem a ocupá-lo, já que é a aparição pública, “a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos” (*ibidem*). “A presença de outros que veem o que vemos e ouvem o que ouvimos, garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos” (ARENDDT, 2001, p. 60). O espaço público é considerado um “espaço mundano de que os homens necessitam para aparecer (...) embora o mundo comum seja o terreno comum a todos, os que estão presentes ocupam nele diferentes lugares” (ARENDDT, 2001, p. 67).

Arendt (2001) diz que a clara distinção entre os dois domínios (público/privado) tornou-se obscurecida com o surgimento do social, esfera que irrompe na era moderna a partir do desenvolvimento capitalista, da formação dos estados nacionais e da eclosão das sociedades de massa. Com a ascensão da esfera social, a linha divisória entre público e privado torna-se “inteiramente difusa, porque vemos [a partir da era moderna] o corpo de povos e comunidades políticas como uma família cujos negócios diários devem ser atendidos por uma administração doméstica nacional e gigantesca [o Estado]” (ARENDDT, 2001, p. 37).

Nesse sentido, ao longo do tempo, a definição de espaço público passa por mudanças, trazendo consequências sociais, sobretudo num contexto de fortalecimento do capitalismo. A opinião pública, que outrora resultava da racionalidade localizada na esfera pública, com o decorrer do tempo, passa a ser resultado de discussões – midiáticas ou não –, com o intuito de gerar consenso ou moldar situações de acordo com interesses privados. Tal consenso prevê ação argumentativa, promovendo certa “consensualização por parte dos participantes nas discussões, numa base essencial de racionalidade” (ESTEVEVES, 2011, p. 155).

O que caracteriza a era moderna, para Arendt, é a indistinção entre as esferas público/privado. As novas formas de sociabilidade são chamadas de esfera social. Hoje, pode-se dizer que a praça pública está na tela. Os *talk shows*, por exemplo, discutem problemas privados, individuais, íntimos, tendo como referência a sociedade do espetáculo, com a substituição do espaço público pela imagem pública, sendo, nesse caso, uma imagem editada, manipulada.

Raramente uma história chega até você sem que alguém tenha um ângulo sobre ela, normalmente um político, mas frequentemente (*sic*) uma celebridade, uma estrela do showbiz ou mesmo um réu potencial. A idéia (*sic*) de reportagem atualmente diz respeito tanto ao porquê de alguém querer que a história apareça quanto sobre encontrar uma história (BLUMER E GUREVITCH 1981, p. 477).

Com base nessa perspectiva, as interações entre os termos geram processos de publicização do privado e de privatização do público, conforme observado por Bobbio.

O primeiro [publicização do privado] reflete o processo de subordinação dos interesses do privado aos interesses da coletividade representada pelo Estado que invade e engloba progressivamente a sociedade civil; o segundo [privatização do público] representa a revanche dos interesses privados através da formação dos grandes grupos que se servem dos aparatos públicos para o alcance dos próprios objetivos (BOBBIO, 2003, p. 27).

Assim, pode-se afirmar que, nos regimes democráticos, um dos grandes poderes da mídia é seu *locus* privilegiado de visibilidade. O que deixa uma democracia forte são todos os conflitos que são discutidos na sociedade civil, buscando a aproximação a um consenso. Por outro prisma, pode-se dizer que a dimensão autocrática ou autoritária é a da não visibilidade. O segredo é ampliado num ambiente autocrático. A mídia, quando atuante no regime democrático, possibilita dar visibilidade ao debate público, mantendo a luz (ou não) sobre os temas sociais que envolvem os interesses públicos e os tensionamentos entre sociedade e Estado, característicos da função política desse espaço público.

Conforme indicado por Esteves (2011, p.150), os públicos vivem uma “forma de sociabilidade do contágio sem contato”, não despertando uma exclusividade de pertencimento. Há, portanto, uma relação contínua de revisitação, de idas e vindas, de “relações de pertença abertas e revertíveis” (pg. 151). O fazer parte do público está associado à coesão simbólica por intermédio de um tema, que confere o “traço essencial da identidade específica dos diferentes públicos concretos” (pg. 149). Tal coesão é promovida tendo como papel relevante a imprensa ou a mídia, pois é através dela que o fluxo de informação se estabelece, permitindo uma circulação de mensagens, o deslocamento do vínculo territorial, bem como a circulação das pessoas. Sob esse prisma, pode-se dizer que o tema Tráfico de Pessoas (holofote do presente estudo) une a discussão, converge os olhares e incita a ideia de pertencimento. Há um distanciamento direto das pessoas com o tema, pois não fazem parte daquele grupo ou tribo, porém, desperta uma formação de público simbólica momentânea, pois os públicos podem ser montados, estruturados

fracionadamente e posteriormente desaparecem ou perdem foco. Esteves reforça indicando que “qualquer indivíduo pode participar e assumir-se como parte integrante de diferentes públicos, em momentos diferentes ou em simultâneo” (ESTEVES, 2011, p.151).

Blumer (1971, p. 181) refere-se a público como um grupo de pessoas que “estão envolvidas numa dada questão, que se encontram divididas nas suas posições, e que discutem a respeito do problema”, e indica que a visibilidade e a opinião são elementos simbólicos agregadores da dinâmica comunicacional. O primeiro (visibilidade) tem como ênfase a realização de aproximação dos públicos, e o segundo (opinião) é realizada no interior dos públicos, portanto, marcado pela presença de uma questão, de uma discussão e de uma eventual formação de opinião coletiva. Essa partilha de sentido, decorrente da opinião do público é resultado da diversidade argumentativa, tendo como base a racionalidade, o consenso.

Salienta-se, assim, que o debate público não necessariamente decorre em soluções, mas implica em visibilidade. Porém, quando o tema entra em discussão em algumas esferas (por exemplo: igreja, produtos televisivos de entretenimento, organizações não governamentais e demais atores) é porque esse tema interessa; portanto, pode ser que seja destruído ou transformado em política pública. Nesse sentido, público e privado são elementos tensionais, mas de essencial vitalidade da modernidade. Quando se refere a espaço público, a mediação está presente. A telenovela, portanto, promove um debate público, gerando um direcionamento no olhar social e político sobre determinados temas que são eleitos pela emissora e pelos seus autores. Segundo Weber (2000) “as mídias no Brasil ocuparam muito adequadamente o espaço das instituições culturais, sociais e políticas, assumindo a incumbência, planejada ou intuitiva, dessas como seu simulacro, interferindo na formação da sociedade, do governo e no hábito de consumir discos” (WEBER, 2000, p. 120).

Esteves indica que um dos sinais da supremacia do privado sobre a dinâmica do público, “pode ser observado no que respeita ao movimento de uma progressiva universalização do sistema econômico enquanto uma economia mundial, na sequência do qual se desenvolve depois uma mais intensa internacionalização das relações políticas” (2011, p.173). Neste contexto, pode-se indicar que o Tráfico de Pessoas perpassa as fronteiras geográficas e se manifesta como uma problemática global, movimentando estruturas econômicas e políticas.

De forma específica, sob o prisma de análise de telenovela, o que se observa é a reprodução do modelo das relações estabelecidas em família, priorizando a intimidade do

espectador imerso em sua vida privada. A subjetividade dos estilos de vida é retratada na narrativa, tendo como cenário a releitura da realidade com rótulo (ou justificativa) de ser uma obra de ficção. Mas a representação ainda assim é feita. A abordagem temática das telenovelas pode ser analisada sob o prisma da existência de autonomização de “esferas de valor”, indicadas por Esteves (2011, p. 179), sendo que existem dimensões de validade e ideias de mundo, conforme os diferentes atores ou produtos sociais.

Ao observar a apropriação de temas privados refletidos na tela, deve-se antes discutir a realidade, não somente a ficção. O tráfico de pessoas surge como uma prática mercantil do corpo e sua regulação (ou ausência de) é situada na esfera pública.

Nesse ponto, faz-se uma reflexão sobre a biopolítica, que pode apresentar uma validade normativa, “regulada pelo critério do justo”, sob a referência de um “estatuto ético-moral” que se situa num “processo de estabelecimento de normas sociais constituídas em conformidade com a vontade coletiva” (ESTEVES, 2011, p. 183). Abre-se uma continuidade desta reflexão, porém, sob a ótica da relação do poder do Estado sobre o corpo, sobre o indivíduo, na lógica do biopolítica e sua relação com o tráfico de pessoas.

3.3. BIOPOLÍTICA E O TRÁFICO DE PESSOAS

O poder do Estado também é medido pelo seu cuidado com o corpo. As práticas disciplinares e a função de tomar conta dos indivíduos são localizadas na esfera governamental, cunhadas pelo termo Biopolítica, tendo como base os estudos de Foucault. Em sua vasta obra sobre o poder, Foucault indica que ele deve ser visto como algo que funciona em rede, que atravessa todo o corpo social, não sendo possível sua mera caracterização. “O poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, constituída historicamente” (FOUCAULT¹³, 2012, X). O autor mostra como surgiram as técnicas de poder que, centradas no corpo dos indivíduos, foram nominadas por ele de *disciplinas*. Portanto, disciplinas são mecanismos, técnicas ou dispositivos de poder, “métodos que permitem o controle minucioso das operações do corpo, que asseguram a sujeição constante de suas forças e lhe impõem uma relação de docilidade-utilidade” (FOUCAULT, 2004, p.126).

¹³ MACHADO, Roberto. Por uma Genealogia do Poder (2012). In: FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979, p. X.

As disciplinas trabalham diretamente o corpo dos indivíduos, fabricam corpos submissos e exercitados, “corpos dóceis”, manipulados, adestrados. Por um lado, elas aumentam as forças do corpo (em termos de utilidade econômica) e diminuem essas mesmas forças (no âmbito de obediência política).

Ela dissocia o poder do corpo; faz dele por um lado uma ‘aptidão’, uma ‘capacidade’ que ela procura aumentar; e inverte por um lado a energia, a potência que poderia resultar disso, e faz dele uma relação de sujeição estrita. Se a exploração econômica separa a força e o produto do trabalho, digamos que a coerção disciplinar estabelece no corpo o elo coercitivo entre uma aptidão aumentada e uma dominação acentuada (FOUCAULT, 2004, 116).

Segundo Foucault, a designação de biopolítica deve ser dada ao que o Estado faz com que a vida e seus mecanismos entrem no domínio dos cálculos explícitos, e faz do poder-saber um agente de transformação da vida humana. Por se encarregar da vida e do corpo mais do que a própria ameaça da morte que o poder pode se apropriar dos processos biológicos para controlá-los, eventualmente modificá-los e realizar uma espécie de regulação do corpo. Os biopoderes se ocuparão, portanto, da proteção da vida, na gestão da saúde, da higiene, da alimentação, da sexualidade, da natalidade, dos costumes, gerando índices demográficos e dados estatísticos, na medida em que esses temas se tornaram preocupações de políticas públicas.

O tráfico humano se enquadra nessa preocupação e para entendê-lo, especialmente aquele voltado para a exploração sexual, algumas associações com o biopoder podem ser realizadas. De forma primeira, percebe-se a necessidade de situar sua definição. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), no Protocolo de Palermo¹⁴ (2003), define tráfico de pessoas como

o recrutamento, o transporte, a transferência, o alojamento ou o acolhimento de pessoas, recorrendo-se à ameaça ou ao uso da força ou a outras formas de coação, ao rapto, à fraude, ao engano, ao abuso de autoridade ou à situação de vulnerabilidade ou à entrega ou aceitação de pagamentos ou benefícios para obter o consentimento de uma pessoa que tenha autoridade sobre outra para fins de exploração (PROTOCOLO DE PALERMO, 2003).

¹⁴ O Protocolo de Palermo é o instrumento legal internacional que trata do tráfico de pessoas, em especial de mulheres e crianças. O documento foi elaborado em 2000, na Assembleia Geral das Nações Unidas, tendo entrado em vigor em 2003, após a publicação de um termo adicional em reunião realizada em Palermo, na Itália, assinado por oitenta países, incluindo o Brasil. No nosso país o documento foi ratificado por meio do Decreto nº 5.017, de 12 de março de 2004, que promulgou esse Protocolo, oficialmente conhecido como “Protocolo Adicional à Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional Relativo à Prevenção, Repressão e Punição do Tráfico de Pessoas, em Especial Mulheres e Crianças”.

Registra-se que por exploração, pode ser entendida a exploração da prostituição de outrem ou outras formas de exploração sexual, o trabalho ou serviços forçados, escravatura ou práticas similares à escravatura, a servidão ou a remoção de órgãos, tecidos partes do corpo humano.

Conforme dados da ONU, o tráfico de pessoas movimentada, anualmente, cerca de 32 bilhões de dólares em todo o mundo. Desse valor, 85% provêm da exploração sexual. O tráfico de pessoas é uma questão complexa que não tem uma causa única. Ele é fruto de uma série de fatores que se relacionam às oportunidades de trabalho, aos fluxos migratórios, à busca por melhores condições de vida, à discriminação e às desigualdades sociais, de gênero, de classe e de raça. É uma questão que coloca grandes desafios relacionados ao controle e à fiscalização dos fluxos migratórios, à atuação da justiça, ao atendimento das vítimas e à prevenção. O enfrentamento ao tráfico de pessoas demanda, portanto, uma ampla articulação entre os órgãos estatais nacionais e internacionais e organizações da sociedade civil.

O Tráfico de Pessoas tem como principal âmbito a Declaração Universal dos Direitos Humanos (ANEXO E), que foi adotada e proclamada em 10 de dezembro de 1948 (Resolução nº 217 A – III) pela Assembleia Geral das Nações Unidas (em Paris, França). Destaca-se o Artigo IV, que indica “Ninguém será mantido em escravidão ou servidão, a escravidão e o tráfico de escravos serão proibidos em todas as suas formas”.

De seu conceito se extraem as principais fases do tráfico de pessoas: o recrutamento, o transporte e a exploração, conforme ilustrado na figura a seguir.

Figura 1. Conceito de Tráfico de Pessoas com base no Protocolo de Palermo

AÇÃO	MEIO	FIM
RECRUTAMENTO, TRANSPORTE, TRANSFERÊNCIA, ALOJAMENTO OU ACOLHIMENTO DE PESSOAS.	AMEAÇA, USO DA FORÇA OU OUTRAS FORMAS DE COAÇÃO. RAPTO, FRAUDE, ENGANO, ABUSO DE AUTORIDADE OU SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE. ENTREGA OU ACEITAÇÃO DE PAGAMENTOS OU BENEFÍCIOS PARA OBTER O CONSENTIMENTO DE UMA PESSOA QUE TENHA AUTORIDADE SOBRE OUTRA.	EXPLORAÇÃO

Fonte: Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas. Consolidação dos dados de 2005 a 2011 (BRASIL, p. 6)

A definição de recrutamento é amplamente discutida legalmente, podendo tal ação estar relacionada ao consentimento da vítima. No entanto, conforme argumentado no Protocolo de Palermo, o consentimento da vítima é irrelevante para a caracterização do fato como tráfico de pessoas, pois o aliciador se aproveita da situação de vulnerabilidade da vítima. Outro elemento importante se endereça ao termo rapto, que deve ser compreendido como o ato de “privar alguém de sua liberdade mediante sequestro ou cárcere privado” (PROTOCOLO DE PALERMO, 2003). Portanto, a restrição é da liberdade física e de locomoção, não necessariamente uma caracterização de uso de algemas ou de celas.

A última fase caracteriza-se pela exploração da vítima, o que consiste no propósito primordial do tráfico de pessoas, seja ela para a finalidade sexual, laboral ou para a remoção de órgãos. A literatura vem identificando outras modalidades de tráfico de pessoas, tais como o realizado para fins de mendicância e adoção, sendo mais usual quando as vítimas são crianças e adolescentes. Porém, a legislação penal brasileira se refere ao Tráfico de Pessoas (tanto no âmbito internacional ou como no territorial)¹⁵ somente aquele para fins de exploração sexual, o que é considerado uma lacuna no que diz respeito à implementação do Protocolo de Palermo. A crítica, portanto, se endereça ao olhar da legislação brasileira que é considerada omissa, pois não prevê as outras modalidades do tráfico de pessoas.

Ressalta-se a importância do Protocolo de Palermo, pois diversas práticas de enfrentamento ao tráfico humano são referenciadas nesta normativa internacional. Ao endossar esse protocolo, todos os países signatários assumiram o compromisso de internalizar suas orientações e a estimular a elaboração de leis nacionais e políticas públicas específicas de prevenção ao tráfico, tanto sob o prisma de reprimir as possíveis redes de criminosos, como também por atender às vítimas.

Em continuidade à leitura da biopolítica, na centralidade do Tráfico de Pessoas, está a transformação do corpo (do outro) em mercadoria, onde vítimas do tráfico de pessoas são exploradas para fins do meretrício que, já na condição de condenadas pela sociedade (tendo em vista a prática da prostituição), são alvo de dupla vigilância panóptica, na lógica foucaultina, pois sofrem a punição ao suportar também a considerada moderna forma de escravidão imposta pelos

¹⁵ De acordo com a Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, art. 2º, § 4º e 5º, o tráfico interno é o realizado dentro de um mesmo Estado-membro da Federação ou de um Estado-membro para outro, mas ainda dentro do território nacional; e o tráfico internacional é o realizado entre Estados distintos.

aliciadores que, por sua vez, utilizam da justificativa da dívida econômica e da restrição de documentos para subjugar-las.

Na última conferência procurei definir o que chamei de panoptismo. O panoptismo é um dos traços característicos da nossa sociedade. É uma forma de poder que se exerce sobre os indivíduos em forma de vigilância individual e contínua, em forma de controle de punição e recompensa e em forma de correção, isto é, de formação e transformação dos indivíduos em função de certas normas. Este tríptico aspecto do panoptismo – vigilância, controle e coerção – parece ser uma dimensão fundamental e característica das relações de poder que existem em nossa sociedade (FOUCAULT, 2005, p.102).

Segundo Dornelas (2010, p. 79), “a vítima do tráfico, que é vista em geral pela sociedade como fruto indesejado do meio seu pelo comportamento social inadequadamente aceito (prostituição), passa novamente à condenação por uma nova forma de escravidão baseada na obrigação à venda do corpo para pagamento de dívidas”. A mercantilização do sexo se configura como de natureza do capitalismo, pelo interesse que tem, desde sua origem, de expansão internacional. Assim, o tráfico com exploração sexual se localiza na ordem transnacional, se origina (como produto) nos países periféricos ou em países que vivem uma crise e se destina aos países ricos. Como indicam Leal e Pinheiro (2007), no caso brasileiro¹⁶, observa-se no final dos séculos XIX e XX, a migração de mulheres e meninas provenientes da Europa para o Brasil.

Tanto a migração internacional como o turismo sexual trazem a ideia da objetificação do corpo, nesse caso, o feminino, que se torna um bem simbólico e comercializável dentro de uma

¹⁶ Vide a discussão de tráfico de mulheres brancas da Europa para o Brasil no final do século XIX, início do século XX nas publicações: MENEZES, Lená Medeiros de. Os indesejáveis: desclassificados da modernidade. Protesto, crime e expulsão na Capital Federal (1890-1930). Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.; ALENCAR, Emanuela C. Onofre de. Nos bastidores da migração: o tráfico de mulheres no Brasil dos séculos XIX e XX; LANDINI, Tatiana Savoia. Infâncias em movimentos (reflexões sobre os movimentos sociais no século XX); TELES, Maria Amélia de Almeida. As imigrantes bolivianas em São Paulo: o silêncio insuportável!. Segundo Isabel Ferreira, em seu estudo “A Construção Social do Tráfico de Pessoas”, de 2009, “um dos países que mais recebiam essas mulheres - principalmente as “polacas”, era o Brasil, e mais especificamente a região portuária da cidade do Rio de Janeiro. (...) Era conhecido como “tráfico das polacas” -que se concentrava em mulheres e meninas judias pobres que eram facilmente enganadas com casamentos religiosos- as histórias correntes sobre esse ato era de que muitas saíram de portos europeus pensando em encontrar com seus maridos na América. Contudo, apesar da imagem dominante a circular estar associada a um crime hediondo, alguns registros da época nos mostram que muitas das mulheres que aqui chegaram conheciam o destino e função que as aguardavam, chegando mesmo a se tornar proprietárias de prostíbulos e até recrutadoras de novas pessoas. Em fins do século XX, o número de mulheres estrangeiras que se prostituíam no Rio de Janeiro já chegava a um terço do número total de meretrizes. Sempre houve, porém, uma grande diferenciação entre as próprias mulheres advindas da Europa, pois existia, o que alguns pesquisadores chamaram de “prostituição de luxo”, exercida principalmente por mulheres francesas. Ao longo da Belle Époque brasileira, mulheres francesas eram vistas como cortesãs de alta conta, chegando desfrutar inclusive de certo status social. A isso era aliada a imagem de Paris como nada mais, nada menos, que o foco de irradiação de prazer pelo mundo” (p.10-11).

lógica de mercado. O que entra em questão não é apenas a mercantilização do corpo (normalmente tendo no gênero feminino sua maior incidência), como também a mercantilização de uma identidade nacional, que no caso local, contempla o rótulo da brasilidade ou de ser brasileira.

Há uma reprovação não só do tráfico de pessoas de um ou outro sexo para fins de prostituição, mas também da prática da prostituição em si. Essa condenação tende a ser reduzida nas regulamentações mais recentes, embora a prostituição continue a exercer uma inquietante discussão sobre seu aceite social e econômico.

Segundo dados da pesquisa realizada pela Violes¹⁷, observa-se, na atualidade, a migração de mulheres brasileiras para a Europa para fins de trabalho sexual, submetidas à violência e ao cárcere privado.

No caso de pessoas traficadas para fins de exploração sexual, a manutenção da força de trabalho tem relação direta com o custo para a sua reprodução, mesmo que para isso o tempo de vida dessas pessoas esteja diretamente ligado com o custo de sua manutenção por quem as mercantilizam. Como é grande a oferta de trabalhadores vulneráveis para o mercado do sexo e há muita demanda para os serviços sexuais pagos, é mais lucrativo dispor da reserva de mão de obra negra, asiática, indígena, latino-americana, etc., do que ficar mantendo uma mesma pessoa por muito tempo. Por isso, muitas delas morrem devido aos maus-tratos, doenças, drogas ou são assassinadas (LEAL e PINHEIRO, 2007, p. 22, in Violes).

Assim, essas vítimas do “estado paralelo”, como indicado por Dornelas (2010), se sujeitam à vigilância tanto pelas pessoas que apresentam um comportamento considerado como previsto pela ética social, configurando como um desvio de conduta social, bem como um “estado paralelo” a que aderiram e sob cujas regras devem trilhar o caminho, sob pena da mais dura sanção, inclusive coma subtração de sua vida” (DORNELAS, 2010, p. 83).

Faço referência às pessoas, especialmente em grande parte mulheres, ‘condenadas’ à escravidão sexual em outros países por total ausência de quaisquer condições de trabalho digno em seu país de origem. Sob a pecha de “mulheres de vida fácil”, título que assumem em terra alienígena aonde seus parentes em geral não sabem ao trabalho ao qual se dedicam, são ali a) “condenadas” pelo movimento ético social, que as vigiam e punem

¹⁷ Tráfico de Pessoas e Violência sexual / Organizado pelo Grupo de Pesquisa sobre Violência, Exploração Sexual e Tráfico de Mulheres, Crianças e Adolescentes – VIOLES/SER/Universidade de Brasília. Brasília, 2007. Disponível <[http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/Tr%C3%A1fico%20de%20Pessoas%20e%20Viol%C3%Aancia%20Sexual%20\(livro_Violes_UnB\).pdf#page=95](http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/Tr%C3%A1fico%20de%20Pessoas%20e%20Viol%C3%Aancia%20Sexual%20(livro_Violes_UnB).pdf#page=95)>, acessado em 4 de fevereiro de 2015.

ferinamente; de outro lado, b) se vêem vigiadas continuamente pelo “estado paralelo” que coordenada sua arregimentação para encaminhá-las ao pacto perverso da escravidão da dívida impagável contraída pela obtenção dos meios necessários à sua viagem (DORNELAS, 2010, p. 84).

Tais sujeição e relação de dominação podem ser observadas na obra de Foucault, quando reforça a definição de racismo, ampliando sua relação como uma das manifestações do biopoder.

No contínuo biológico da espécie humana, o aparecimento das raças, a distinção das raças, a hierarquia das raças, a qualificação de certas raças como boas e de outras, ao contrário, como inferiores, tudo isso vai ser uma maneira de fragmentar esse campo do biológico de que o poder se incumbiu; uma maneira de defasar, no interior da população, uns grupos em relação aos outros (FOUCAULT, 2000, p. 304).

Certamente, o tráfico de pessoas não se categoriza com o prisma racial, mas pode ser associado a essa relação a partir do momento em que se rotula a pessoa traficada, sujeito de uma vida monitorada, vigiada e de constante punição ou restrição. Nesse sentido, a associação ao racismo pode ser realizada de forma fragmentada, criando áreas no interior desse contínuo biológico a que se dirige o biopoder. Soma-se a isso prática da prostituição, implícita no tráfico.

Nesse sentido, tais mulheres não deixam de se sujeitar a uma tipologia do racismo – aqui não da raça, mas da situação imposta, de uma classificação de vítima, fora do contexto social considerado digno. Foucault diz que o racismo, de certa forma, pode apresentar também um papel que permite uma relação positiva quando diz respeito a manter-se vivo: “se você quer viver, é preciso que você faça morrer, é preciso que você possa matar” (FOUCAULT, 2000, p. 305). A permissão para lutar ou matar o oponente, o inimigo (ou, nesse caso, o aliciador), é condição para manter-se vivo ou “voltar à vida”, permitindo que exista entre a vida do traficando e a morte do aliciador uma relação compatível com o exercício do biopoder:

quanto mais as espécies inferiores tenderem a desaparecer, quanto mais os indivíduos anormais forem eliminados, menos degenerados haverá em relação à espécie, mais eu – não enquanto individuo mas enquanto espécie – viverei, mais forte serei, mais vigoroso serei, mas poderei proliferar. A morte do outro não é simplesmente a minha vida, na medida em que seria minha segurança pessoal; a morte do outro, a morte da raça ruim, da raça inferior (ou do degenerado, ou do anormal), é que vai deixar a vida em geral mais sadia; mais sadia e mais pura (FOUCAULT, 2000, p. 305).

O autor prossegue e indica que o racismo legitima e justifica a ação do poder soberano e do biopoder, pois “a raça, o racismo é a condição de aceitabilidade de tirar a vida numa sociedade de normalização” (FOUCAULT, 2000, p. 306). E acrescenta indicando que existem outras formas de eliminar um inimigo, “(...) por tirar a vida não entendo simplesmente o assassinio direto, mas também tudo o que pode ser assassinio indireto; o fato de expor à morte, de multiplicar para alguns o risco de morte ou, pura e simplesmente, a morte política, a expulsão, a rejeição, etc.” (FOUCAULT, 2000, p. 306). Assim, as traficadas, mesmo quando libertadas da situação de exploração, tendem a receber rejeição familiar, permanecendo marginalizadas socialmente.

O tráfico surge como um problema de migração forçada e não-documentada. De acordo com estudo¹⁸ das Nações Unidas (ONU) existem quatro formas de migração: a permanente, a laboral, o refúgio e a não-documentada; sendo esta categoria a de enquadramento do tráfico humano. Combater o tráfico, portanto, resulta em uma luta contra a migração ilegal e, por outro lado, sua prevenção significa evitar que potenciais migrantes entrem no país. Tal forma de migração não-documentada conecta-se com a criminalidade; portanto, surge como uma ameaça à segurança nacional, localizada em possíveis soluções ao problema, como práticas de deportação da vítima do tráfico junto com políticas de migração mais estritas.

O paradoxo (um dentre tantos) se estabelece a partir do momento em que a vítima é transformada em criminosa, pois é tratada como estrangeira ilegal (*illegal aliens*) no país em que foi traficada, enquanto o Estado, por outro lado, pode ser representado como vítima, demandando ou alegando proteção contra os movimentos da migração não-documentada. Segundo Ausserer (2011) o entendimento do Estado soberano que estabelece as próprias leis de forma considerada legítima, porém, “limita as ‘obrigações’ unicamente aos próprios cidadãos”. Tal observação é contestada por duas razões: “por se basear numa concepção estática e questionável do Estado como objeto de segurança e de garantia da ordem, mas também por fundamentar a atribuição de direitos na constituição e exclusão do *outro* (como o migrante e/ou a pessoa traficada)”, conforme indica Ausserer (2011, p. 4).

O caráter de ilegalidade atribuído às pessoas traficadas as coloca numa situação de dependência em relação ao aliciador (que detém seus documentos) e perante ao próprio Estado (que enxerga esse migrante em situação ilegal). O contrassenso novamente se estabelece, pois, por

¹⁸ UN. *International Migration Policies*, p. 6 e 7 - UN. *International Migration Policies*. Department of Economic and Social Affairs/Population Division. New York: United Nations, 1998.

um lado, o direito que por si deveria ser interpretado como instrumento de disciplina ou de segurança, assume um caráter de coerção, ou seja, como uma forma de tática que visa a produzir sujeitos disciplinados no sentido Foucaultiano.

A arquitetura de vigilância está presente na teia do tráfico humano, pois os indivíduos envolvidos são submetidos e vigiados pelos aliciadores, bem como pelo Estado, que por sua vez não os enxerga como vítimas. Talvez, como analogia, pode-se dizer que a vigília é feita pelo tráfico, e a punição (que pode ser lida como a omissão legal) pelo Estado.

Soma-se a essa reflexão o fato das aliciadas se portarem em permanente estado de vigilância por parte dos traficantes, o que também assegura o controle da rede e o funcionamento do poder por parte dela. A vigilância é um dos dispositivos que os traficantes acionam para atuar, somada à constante ameaça da deportação da aliciada ou coerção da família que permanece no país de origem.

De Genova (2002) destaca a importância da possibilidade de deportabilidade e não da deportação em si como instrumento disciplinar, produzindo a subordinação requerida do migrante considerado ilegal. A produção desta vulnerabilidade, então, serve para criar e manter forças de trabalho disponíveis a serem exploradas.

Trata-se sobretudo de estabelecer mecanismos reguladores que, nessa população global com seu campo aleatório, vão poder fixar um equilíbrio, manter uma média, estabelecer uma espécie de homeostase, assegurar compensações: em suma, instalar mecanismos de previdência em torno desse aleatório que é inerente a uma população de seres vivos, de otimizar, se vocês preferirem, um estado de vida (FOUCAULT, 2000, p. 293-294).

A “emergência do biopoder só se dá a partir da afirmação da governamentalidade” que se estrutura como um “conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, cálculos e táticas que permitem (...) exercer o poder, que tem por alvo a população (...) a economia política e por instrumentos técnicos essenciais os dispositivos de segurança” (FOUCAULT, 2012, p. 291-292). Nesse sentido, entende-se que as esferas de gestão de todas as ordens geográficas apresentam tal configuração, chancelando ou promovendo discussões nos diversos âmbitos de atuação. Ao mostrar como o Estado cuida da vida, gerindo a saúde, a higiene, a alimentação, a natalidade, e tantos outros âmbitos com ênfase na preocupação política de proteção à vida, ele extrapola ao olhar para o corpo, regulando o limiar entre a proteção e a culpabilidade de seu uso.

É possível interpretar, sob a ótica de Foucault (2000), a ação de tráfico de pessoas (e a própria política migratória ou a constituição desse ator como migrante) como mecanismo de poder ou de práticas reguladoras. Com base na discussão da biopolítica, é preciso promover um maior aprofundamento desse conceito no escopo midiático, onde circulou a abordagem do tráfico de pessoas estudado, tanto por intermédio da trama central de *Salve Jorge*, como pela repercussão das políticas públicas e campanhas sociais e religiosas sobre o tema na imprensa.

3.3.1 Biopolítica e a Mídia

Sob o olhar midiático, ao expor o tráfico de pessoas em programas de entretenimento, recorre-se aos estudos de Prado que afirma que as mídias entraram na esfera da biopolítica, na gestão calculista da vida, no que define como um “período da era das convocações” (PRADO, 2013, p. 28), no qual, “na sociedade de controle, a biopolítica penetra nos dispositivos midiáticos, não a partir de um supereu repressor, mas de um supereu que incita o gozo”. Essa convocação a viver feliz ou à busca constante do gozo ou à lógica do sucesso contínuo são os novos olhares dos dispositivos disciplinares midiáticos.

O autor indica que “os media não atuam somente para informar, mas para fornecer mapas cognitivos/semióticos a seus leitores, pacotes para o leitor viver no mundo globalizado, situar-se nele, agir nele segundo certas direções, visando ter sucesso e prazer” (PRADO, 2012, p. 107). Conforme afirmado por Casadei (2013), se os antigos dispositivos disciplinares atuavam a partir da dualidade da recompensa e da punição, os *media* já se encontram inseridos em uma nova lógica do poder, calcada em tecnologias discursivas da felicidade. Ao observarmos tal lógica para tramas em telenovelas, o último capítulo é apoteótico, onde o sucesso impera, a justiça se concretiza e o romance é retomado, mesmo que o drama de um tema social ainda permaneça constante na sociedade por ela representada.

Segundo Prado “os media reduzem as imagens dos horrores, eliminam o excesso, e o que vemos nas telas são os rostos dos governantes, dos especialistas e dos jornalistas que comentam as imagens, que dizem o que elas nos mostram e o que sobre elas devemos pensar” (2012, p. 176). Há uma edição e reedição temática na telenovela que se vale dessa estratégia, revisitando um conteúdo problemático e ao dramatizá-lo, reifica sua origem e sua estética. No caso do tráfico

humano em *Salve Jorge*, há um embelezamento das traficadas, os locais de trabalho por ela vividos não se aproximam da realidade de fato, mesmo que ainda tire o espectador de uma zona de conforto.

Prado (2012, p.176) citando Rancière (2010) indica que “se o horror se banalizou, não é porque dele vejamos demasiadas imagens. Não vemos na tela demasiados corpos em sofrimento. Mas vemos, sim, demasiados corpos sem nome, demasiados corpos incapazes de nos devolver o olhar que lhes dirigimos, corpos que são objeto de palavra sem terem eles mesmos direito à palavra”. Pode-se inferir que ao incorporar um tema social, a telenovela pode banalizá-lo, pois tende a transferir um problema real, nominal e duro para a tela, terceirizando a dor ou a perda. Além disso, ajusta lente estética para garantir a atração visual, suavizando uma determinada problemática. Por outro lado, tendo em vista sua penetração como mídia, chama a atenção para o tema, oferece visibilidade e pode promover o debate.

Outro olhar que merece atenção está no processo de implicação ou identificação emotiva, em que essas projeções “permitem deslocar ou transferir para personagens ou situações da narração audiovisual emoções reprimidas em alguns casos, sepultadas em outros, talvez negadas. Permitem, enfim, deslocar para o exterior do sujeito pulsões intoleráveis ou perturbadoras” (FERRÉS, 1998, p. 97). Com tal justificativa estratégica é que se percebe a inserção de depoimentos reais na trama ou em momentos de fechamento de capítulo, buscando trazer essa identificação ainda mais próxima do receptor.

Ao observar o poder midiático da abordagem do Tráfico de Pessoas em *Salve Jorge* sublinha-se a frase paradoxal proferida pelo conselheiro Ney Freitas, presidente da Comissão de Acesso à Justiça e à Cidadania do CNJ (Conselho Nacional de Justiça), durante o II Simpósio Internacional para o Enfretamento ao Tráfico de Pessoas, realizado em São Paulo (em 25 e 26 de outubro de 2012),

Parece que não existe o tráfico de pessoas no Brasil. Desgraçadamente talvez seja a novela [*Salve Jorge*] quem irá disseminar e provocar uma discussão sobre esse assunto, tudo isso deveria ser provocado por todos nós que compomos a sociedade brasileira. (...) Espero que não sejamos arrastados pelas novelas, e que tenhamos possibilidade de protagonizar o enfrentamento

do tráfico de pessoas de forma absolutamente consciente, com seriedade e envolvimento emocional, nesse projeto (ÚLTIMA INSTÂNCIA, 2012¹⁹).

Ainda Prado (2012, p. 176), citando Rancière, afirma que “o sistema da informação não funciona pelo excesso de imagens, funciona selecionando os seres falantes e raciocinantes capazes de ‘descriptar’ o fluxo de informação que diz respeito às multidões anônimas. A política própria dessas imagens consiste em ensinar-nos que não é qualquer um que é capaz de ver e de falar” e complementa indicando que “as convocações biopolíticas dos enunciadores midiáticos chamam os espectadores e os leitores para ensinar a eles como viver, como ter sucesso, como ser sempre jovem, como, inclusive, nessa direção de recepção, consumir as imagens, o que ver nelas, enfim, como ler os signos” (*Ibidem*). A telenovela, portanto, convoca a uma leitura do tema social de forma mais eficaz que sua inerente dimensão jurídica. Por sua vez, a dimensão jurídica e governamental busca oferecer elementos para promover o debate na mídia. A seguir, apresenta-se o percurso do Tráfico de Pessoas no que se refere às políticas e planos desenvolvidos no país em prol de seu enfrentamento.

3.4. TRÁFICO DE PESSOAS NO BRASIL: ações políticas e governamentais

Em continuidade ao proposto Protocolo de Palermo, o Brasil²⁰ apresentou um rol de das ações e iniciativas, desenhando políticas e planos de enfrentamento ao tráfico de pessoas. De acordo com o I Diagnóstico sobre o Tráfico de Seres Humanos (2004), as mulheres, sobretudo as

¹⁹ Matéria de Fabiana Nunes, publicada em 26 de outubro de 2012, sob o título: Tema da novela *Salve Jorge*, tráfico de pessoas é ignorado pela sociedade. Última Instância: considerado o maior acervo de informação sobre Direito e Justiça em língua portuguesa. Disponível em <<http://ultimainstancia.uol.com.br/conteudo/noticias/58439/tema-da-novela+salve+jorge+tráfico+de+pessoas+e+ignorado+pela+sociedade.shtml>>, acessado em 4 de fevereiro de 2015.

²⁰ Conforme indicado por Nogueira (2014, p.43), “Vale lembrar que além da subscrição no mencionado Protocolo, o Brasil também é signatário de outros tratados internacionais os quais serviram de base para a construção de uma política de enfrentamento ao tráfico de seres humanos, especialmente de mulheres no âmbito internacional, tais como: a Convenção para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher, e seu Protocolo Facultativo, de 1979; o Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos, de 1966; o Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais, de 1966; a Declaração da Assembleia Geral da ONU sobre Violência Contra a Mulher, de 1993; e, no âmbito interamericano, a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher (Convenção de Belém do Pará), de 1994”. Em: *Enfrentamento ao tráfico de mulheres para fins de exploração sexual: atuação do núcleo de enfrentamento na cidade do Salvador*, disponível em <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/16863/1/MONO%20DE%20JACI.pdf>>.

jovens, são as maiores vítimas no Brasil. Essas mulheres (e meninas) procuram em outras cidades e, muitas vezes, fora do país, um lugar em que possam resgatar a cidadania perdida na realidade social excludente que vivenciam no seu local de origem ou onde possam ter acesso a bens e a uma situação econômica melhor. Essas mulheres buscam, portanto, a realização do sonho de uma vida melhor. Segundo essa mesma pesquisa, o tráfico de pessoas pressupõe a naturalização de desigualdades e violações dos direitos humanos, sobretudo das mulheres. Ou seja, o tráfico de pessoas reduz a “humanidade do outro”, transforma vítimas em não humanos, não detentores de direitos e não iguais.

O tráfico de pessoas tem entre suas causas fatores econômicos e sociais, como o desemprego, a miséria, a falta de condições de vida digna (acesso à saúde, educação, moradia), a busca por ascensão social e melhores oportunidades de trabalho, e fatores culturais, que transformam as pessoas, em especial mulheres, crianças e adolescentes, em vítimas de diferentes tipos de exploração.

Não se pode deixar de mencionar a promoção da igualdade de gênero como ferramenta importante para reduzir o tráfico de pessoas, uma vez que, para os traficantes, existe um forte vínculo entre oportunidades de emprego da mulher e sua situação de vulnerabilidade (...) Embora muitos casos referentes ao tráfico de pessoas envolvam vítimas brasileiras, sabe-se que o Brasil tem sido também o país de destino e de trânsito de muitas vítimas, quer sejam mulheres e adolescentes trazidas para fins de exploração sexual comercial, quer sejam homens trabalhadores que são transportados e mantidos em situações análogas a de escravo (Política de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, 2008 p. 48; 60).

Quando se pensa o tráfico internacional de pessoas identifica-se que as mulheres são vítimas em potencial da exploração sexual e que os homens são aliciados para os trabalhos forçados e sub-humanos.

No Brasil, a desigualdade de gênero está fortemente entrelaçada com as desigualdades raciais. As mulheres negras são a maioria no grupo de pessoas mais pobres da população brasileira²¹. É importante destacar também que, em função da discriminação, as mulheres

²¹ Conforme dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), 2004, da população negra, aproximadamente a metade é composta de mulheres. As mulheres negras são mais de 41 milhões de pessoas, o que representa 23,4% do total da população brasileira. São estas que sofrem com o fenômeno da dupla discriminação. (Dados complementares da pesquisa do IPEA: “Como mostra a pesquisa, hoje, no Brasil, 21% das mulheres negras são empregadas domésticas e apenas 23% delas têm Carteira de Trabalho assinada – contra 12,5% das mulheres brancas que são empregadas domésticas, sendo que 30% delas têm registro em Carteira de Trabalho. (...) Tanto mulheres negras quanto brancas que estão no mercado de trabalho têm escolaridade maior que a dos homens. Porém, isso não se reflete nos salários. A renda média mensal das mulheres negras no Brasil, segundo a última Pesquisa

enfrentam maiores dificuldades de ingresso no mercado de trabalho e têm um leque mais reduzido de oportunidades de emprego. Essas dificuldades criam barreiras adicionais para que as mulheres superem a situação de pobreza. Criam, também, barreiras para que as mulheres possam realizar seus projetos com relação ao trabalho de forma satisfatória, bem como seu desejo de melhorar de vida. Diante dessa situação, as propostas de trabalho em outras cidades e até mesmo no exterior, muitas vezes, mostram-se como oportunidades para essas mulheres romperem com essas situações limitantes.

Diante desse contexto, para combater tal cenário, em 2006 foi instituída a Política²² Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas que apresenta como princípios norteadores, os seguintes:

- I - respeito à dignidade da pessoa humana;
- II - não-discriminação por motivo de gênero, orientação sexual, origem étnica ou social, procedência, nacionalidade, atuação profissional, raça, religião, faixa etária, situação migratória ou outro status;
- III - proteção e assistência integral às vítimas diretas e indiretas, independentemente de nacionalidade e de colaboração em processos judiciais;
- IV - promoção e garantia da cidadania e dos direitos humanos;
- V - respeito a tratados e convenções internacionais de direitos humanos;
- VI - universalidade, indivisibilidade e interdependência dos direitos humanos;
- VII - transversalidade das dimensões de gênero, orientação sexual, origem étnica ou social, procedência, raça e faixa etária nas políticas públicas. Parágrafo único. A Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas observará os princípios da proteção integral da criança e do adolescente. (BRASIL, 2006, p.65).

Sequencialmente, em 8 de janeiro de 2008, no Brasil, foi instituído o I Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (I PNETP) que possibilitou a integração de alguns órgãos governamentais, membros e entidades da sociedade civil e organismos internacionais, tendo como objetivo prioritário a prevenção e a repressão ao tráfico de pessoas.

Em 2009, foi promulgada a Lei 12.015/09, que alterou o Código Penal no Título VI relacionado aos crimes contra os costumes, alterando seu título para “Dos crimes contra a dignidade sexual”, bem como modificando a configuração dos crimes de estupro, posse sexual mediante fraude e tráfico de pessoas, entre outros.

Nacional de Amostra por Domicílio, do IBGE (PNAD 2003) é de R\$ 279,70 – contra R\$ 554,60 para mulheres brancas, R\$ 428,30 para homens negros e R\$ 931,10 para homens brancos”). Disponível em www.ipea.gov.br/retrato/pdf/primeiraedicao.pdf, acessado em 8 de julho de 2014.

²² Decreto nº 5.948, de 26 de outubro de 2006. Disponível em <http://reporterbrasil.org.br/documentos/cartilha_trafico_pessoas.pdf>, acessado em 8 de fevereiro de 2015.

Em termos de reflexões na esfera governamental, salienta-se que entre o período de 27/04/2011 a 22/12/2012, foi instituída no Senado Federal a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Tráfico de Pessoas, com o objetivo de investigar o tráfico nacional e internacional de pessoas no Brasil, suas causas, consequências, rotas e responsáveis. Sequencialmente, em fevereiro de 2013, foi lançado o II Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (II PNETP) pela Secretaria Nacional de Justiça, tendo como objetivos os seguintes itens:

I - Ampliar e aperfeiçoar a atuação de instâncias e órgãos envolvidos no enfrentamento ao tráfico de pessoas, na prevenção e repressão do crime, na responsabilização dos autores, na atenção às vítimas e na proteção de seus direitos;

II - Fomentar e fortalecer a cooperação entre órgãos públicos, organizações da sociedade civil e organismos internacionais no Brasil e no exterior envolvidos no enfrentamento ao tráfico de pessoas;

III - Reduzir as situações de vulnerabilidade ao tráfico de pessoas, consideradas as identidades e especificidades dos grupos sociais;

IV - Capacitar profissionais, instituições e organizações envolvidas com o enfrentamento ao tráfico de pessoas;

V - Produzir e disseminar informações sobre o tráfico de pessoas e as ações para seu enfrentamento; e

VI - Sensibilizar e mobilizar a sociedade para prevenir a ocorrência, os riscos e os impactos do tráfico de pessoas.

(BRASIL, 2013, p.18).

O quadro 4 apresenta as ilustrações de capa de alguns documentos publicados pelo Governo Federal, anteriormente citados.


Quadro 4. Publicações do Governo Federal referente à Política e aos Planos Nacionais de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas

<p>Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, de 2007</p> 	<p>I Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (I PNETP), de 2008</p> 	<p>II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (II PNETP), de 2013</p> 
--	--	---

Fonte: Unodc, adaptado pela autora.

Tas publicações apresentam a evolução do debate do tema na esfera governamental. Para fins de melhor identificação da cronologia das normativas nacionais estabelecidas ao enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, apresenta-se o quadro que segue.

Quadro 5. Cronologia da legislação sobre Tráfico de Pessoas

LEGISLAÇÃO	DESCRIÇÃO
DECRETOS Nº 5.015, 5.016, 5.017 (12.03.2004)	Promulga a Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional. Promulga o Protocolo Adicional à Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional, relativo ao Combate ao Tráfico de Migrantes por Via Terrestre, Marítima e Aérea. Promulga o Protocolo Adicional à Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional Relativo à Prevenção, Repressão e Punição do Tráfico de Pessoas, em Especial Mulheres e Crianças.
LEI Nº 11.106 (28.03.2005)	Altera os arts. 148, 215, 216, 226, 227, 231 e acrescenta o art. 231-A ao Decreto-Lei no 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal e dá outras providências.
PORTARIA MJ Nº 2.167 (7.12.2006)	Institui a aplicação do Plano de Ação para a Luta contra o Tráfico de Pessoas entre os Estados, Parte do MERCOSUL e os Estados Associados (MERCOSUL/RMI/ACORDO, nº 01/2006).
DECRETO Nº 5.948 (26.10.2006)	Aprova a Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e institui Grupo de Trabalho Interministerial com o objetivo de elaborar proposta do Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas - PNETP.
DECRETO Nº 6.347 (8.01.2008)	Aprova o Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas - PNETP e institui Grupo Assessor de Avaliação e Disseminação do referido Plano.
PORTARIA SNJ Nº 031 (20.08.2009)	Define as atribuições dos Núcleos de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e dos Postos Avançados.
	22.10.2012 → início de Salve Jorge
DECRETO Nº 7.901 (4.02.2013)	Institui a Coordenação Tripartite da Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e o Comitê Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – CONATRAP
PORTARIA Interministerial nº 634 (25.02.2013)	Aprova o II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – II PNETP e institui o Grupo Interministerial de Monitoramento e Avaliação do II PNETP (que prevê como uma de suas atividades centrais a produção de dados sobre este fenômeno no Brasil, atividade que vem sendo implementada pelos diversos órgãos parceiros e pelo Ministério da Justiça).

Fonte: elaborado pela autora.

Essa cronologia apresenta a evolução temporal das políticas públicas observadas até o momento. Segundo dados da CPI e Relatório Nacional sobre o Tráfico de Pessoas, das 475 vítimas identificadas pela diplomacia brasileira entre 2005 e 2011, 377 sofriam exploração sexual, enquanto 135 haviam sido traficadas para trabalho escravo em 18 países. A evolução do período e o número de vítimas são observados na tabela a seguir.

Tabela 1. Vítimas de Tráfico de Pessoas para fins de exploração sexual

ANO	FORMA DE EXPLORAÇÃO			TOTAL GERAL
	Vítima de Exploração Sexual	Vítima de Trabalho Escravo	Forma de Exploração Ignorada	
2005	16	1	0	17
2006	55	0	0	55
2007	38	0	0	38
2008	50	0	0	50
2009	86	2	0	88
2010	88	130	0	218
2011	4	2	3	9
TOTAL POR TIPO DE EXPLORAÇÃO	337	135	3	475

Fonte: Ministério das Relações Exteriores / divisão de Assistência Consular

Por meio do Suriname, os traficantes, de acordo com o governo, traçam uma rota de envio de brasileiros para a Holanda. Neste país sul-americano foi detectada a maior incidência de vítimas: 133. Na Suíça, 127 casos; na Espanha, 104; e na Holanda, 71 casos, completam a lista dos países que mais receberam vítimas do tráfico de pessoas. Conforme o então ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo²³, “o tráfico internacional de pessoas é um crime muito difícil de ser combatido. (...) As pessoas não percebem o que está acontecendo, e as vítimas geralmente não denunciam, ou porque têm medo, ou porque têm vergonha”.

De acordo com o Ministério da Saúde, as vítimas que procuram os serviços de saúde são na maioria mulheres na faixa etária entre 10 e 29 anos. Há uma maior incidência de vítimas (cerca de 25%) na faixa etária de 10 a 19 anos, de baixa escolaridade e solteiras. “Os números desse diagnóstico não revelam tendências sobre o tráfico de pessoas no Brasil. Ou seja, ainda que haja mais ou menos registros de um ano para outro, esses números mostram somente aquilo que

²³ Disponível em <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/governo-identifica-475-vitimas-de-trafico-de-pessoas-prisoes-ainda-sao-poucas/>>. Acessado em 8 de fevereiro de 2015.

desaguou nos órgãos de repressão ou de atendimento às vítimas. Ainda temos um cenário de muitos dados ocultos”, explica a diretora do Departamento de Justiça da SNJ/MJ, Fernanda dos Anjos²⁴.

Dados da Polícia Federal revelam que são as mulheres em maioria as aliciadoras, recrutadoras ou traficantes, que somam cerca de 55% dos indiciados. Já o Departamento Penitenciário revela um número maior de homens presos por atividades criminosas relacionadas ao tráfico de pessoas. No Ministério da Saúde, cerca de 65% dos casos de agressão a vítimas de tráfico de pessoas foram cometidos por homens.

Na Figura 2, é possível observar os indicadores de vítimas segmentados por órgãos que referenciam o tema ao longo do período de 2007 a 2011.

Figura 2. Vítimas de Tráfico de Pessoas nos Termos da Convenção de Palermo

ANO/ATOR ESTRATÉGICO	MS/SVS/CGDANT ³⁴	SPM LIGUE 180	SDH DISQUE 100 ³⁵
2007	-	5	-
2008	-	17	-
2009	-	30	-
2010	52	76	-
2011	80	35	35

Fonte: Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas – consolidação dos dados de 2005 a 2011 (BRASIL, pg. 18).
 Legenda das colunas: MS = Ministério da Saúde; SPM= Secretaria de Políticas para Mulheres; SDH = Secretaria de Direitos Humanos

Durante o período de janeiro a dezembro de 2012, a central “Ligue 180 Internacional” recebeu cerca de 80 ligações produtivas que auxiliaram a identificar algumas características do crime. Em 70% das chamadas a própria vítima foi quem buscou o apoio do Estado brasileiro. A mãe da vítima participou em 7% dos casos, e outros parentes somam 8%.

Conforme os dados do Relatório de 2012, observados na Tabela 2, o número de casos de tráfico de pessoas notificados pelo Departamento de Polícia Federal em 2012 é seis vezes mais que a média dos anos anteriores. A Polícia Rodoviária Federal detectou em suas operações 547 vítimas de tráfico de pessoas para exploração sexual e trabalho escravo. Por sua vez, o Ministério da Saúde contabilizou o atendimento de 130 vítimas, um número 2,5 vezes superior ao notificado

²⁴ Disponível em <http://spm.gov.br/area-imprensa/ultimas_noticias/2013/02/26-02-primeiro-relatorio-consolidados-sobre-trafico-de-pessoas-no-brasil>, acessado em 8 de fevereiro de 2015.

por seu sistema de coleta de dados desde que iniciada a contagem, em 2010. O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome registrou 292 vítimas de tráfico de pessoas e crimes correlatos em todo território nacional (quase 2,5 mais vezes em comparação com 2010).

Tabela 2. Número de vítimas²⁵ do tráfico de pessoas e crimes correlatos em 2012

DPRF	SDH	SPM	MS	MDS
547	141	58	130	292

Fonte: II Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas (BRASIL, 2012, p. 18). Legenda das colunas: DRPF = Departamento da Polícia Rodoviária Federal; SDH = Secretaria de Direitos Humanos; SPM= Secretaria de Políticas para Mulheres; MS = Ministério da Saúde; MDS = Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome.

No início de junho, em 2012, uma das denúncias²⁶ junto à Central de Atendimento à Mulher (que começou a realizar atendimento 24hs a partir de 2006), teve efeito imediato, apoiando a Polícia Federal brasileira, em parceria com a polícia espanhola, a desarticular uma quadrilha que explorava sexualmente mulheres em Ibiza (Espanha).

Aproximando o recorte temporal para o período atual, segundo o último levantamento realizado pelo Conselho Nacional de Justiça realizado em 2013, foram identificados 573 processos em tramitação nas Justiças Estaduais e Federais relacionados ao tráfico de pessoas, além de outras ações que tramitam na Justiça do Trabalho referentes à exploração de pessoas em condições análogas às de escravo ou assemelhadas²⁷.

Tais resultados podem ser atribuídos às ações de divulgação da política de enfrentamento instituída pelo governo em parceria com a sociedade civil e organizações não-governamentais. Soma-se ao *status* desse resultado as estratégias de comunicação utilizadas em âmbito nacional para esse fim, de sensibilização e disseminação de informações sobre o tráfico de pessoas (detalhadas no capítulo 6).

Para fins de melhor identificação da cronologia da implementação de ações e políticas públicas, apresenta-se o percurso temporal a seguir, associando as campanhas relacionadas ao enfrentamento ao Tráfico de Pessoas.

²⁵ Conforme advertência do Relatório, é importante observar que os dados da SDH e SPM, se referem à quantidade de relatos de tráfico de pessoas e que para cada relato há ao menos uma vítima envolvida, podendo haver mais. Ou ainda, uma mesma vítima pode entrar em contato com a Central mais de uma vez, gerando mais de um relato por vítima.

²⁶ Disponível em < <http://www.spm.gov.br/sobre/publicacoes/publicacoes/2012/balanco-semesteral-ligue-180-2012>>, acessado em 5 de fevereiro de 2015.

²⁷ Disponível em <http://www.compromissoeatitude.org.br/criado-forum-nacional-para-o-enfrentamento-ao-traffic-de-pessoas-no-poder-judiciario-cnj-18062014/>. Acessado em 8 de julho de 2014.

Quadro 6. Cronologia da legislação e campanhas sobre Tráfico de Pessoas

ANO	POLÍTICAS PÚBLICAS e CAMPANHAS SOCIAIS E RELIGIOSAS
2003	Criação da Secretaria de Políticas para Mulheres
2005	Criação da Central de Atendimento à Mulher (Ligue 180)
2006	Início do atendimento 24hs da Central de Atendimento à Mulher
2008	Parceria com a Polícia Federal para o envio das denúncias de tráfico de mulheres Publicação do I Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas. (MJ).
2009	Parceria com os Ministérios Públicos para o envio das denúncias de cárcere privado Primeira campanha nacional de divulgação
2010	Campanha de Prevenção ao Tráfico de Pessoas (MJ, com apoio do UNODC)
2011	Atendimento a brasileiras que vivem na Espanha e em Portugal
	 22.10.2012 → início de Salve Jorge
2013	Início da operação com o disque-denúncia (100)
2013	Publicação do II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas. (MJ) (10.05.2013) Lançamento Campanha Coração Azul contra o tráfico de pessoas (MJ e UNODC) Publicação do Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas: consolidação dos dados de 2005 a 2011 (MJ, SNJ em cooperação técnica com o (UNODC).
2014	(05.03.2014) Lançamento da Campanha da Fraternidade (CNBB) (30.07.2014) 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas

Fonte: elaborado pela autora

Segundo o Comitê da Convenção da Mulher (CEDAW) da Organização das Nações Unidas (ONU), o governo brasileiro cumpriu apenas parcialmente as recomendações da ONU sobre os direitos das mulheres, que previa que o Estado adotasse uma lei que versasse sobre prevenção, repressão e sanção do tráfico de pessoas, especialmente de mulheres e crianças. A representante da Rede Nacional Feminista de Saúde, Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos, no Comitê Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (Conatrap), Estela Scandola, cita²⁸ o “exemplo do o Projeto de Lei nº 7370/2014, que tramita na Câmara Federal, sobre prevenção e repressão ao tráfico interno e internacional de pessoas e sobre medidas de atenção às vítimas tem problemas graves” (ADITAL, 2015). A pesquisadora reforça o fato do projeto não mencionar ou prever a responsabilização no que se refere às empresas que lucram com o tráfico de pessoas, reduzindo a atribuição de responsabilidade ao que se refere à “rede de tráfico”.

Dado esse panorama sobre o tráfico de pessoas na esfera nacional e internacional e o resgate de um diagnóstico das denúncias e políticas de enfrentamento, observa-se que o tema

²⁸ Matéria publicada no portal Adital (Agência de Informação Frei Tito para América Latina), sob o título de “Brasil é ineficiente na discussão sobre aborto e tráfico de mulheres”, de Marcela Belchior. Disponível em <http://www.adital.com.br/site/noticia_imp.asp?lang=PT&img=S&cod=84198>, acessado em 20 de março de 2015.

Tráfico de Pessoas é cuidado pelo Estado, relacionado ao biopoder por ele exercido, tanto pelas leis como pela promoção de campanhas. Há uma regulação, ainda que questionada em termos de limites ou omissões.

Diante desse contexto do Tráfico de Pessoas e de suas relações com o biopoder, abre-se a discussão para o protagonismo de *Salve Jorge* no país, que amplia a voz desse tema social de interesse público.

3.5 O PODER DA TELENOVELA E TEMAS DE INTERESSE PÚBLICO

Para dar início ao presente item, vê-se a necessidade de resgatar um breve histórico sobre a televisão e seu poder no país, tendo como o principal foco seu produto melodramático. Parte-se da ideia consolidada de que a televisão contribuiu para o reforço e a edificação de uma identidade nacional de maneira efetiva não só no Brasil, como em diversos países europeus, conforme observado por Grasso (2011). A função de instituição social se estabelece, principalmente pela capacidade da televisão em articular o público no ambiente privado, seja pela sua acessibilidade e popularidade, bem como pela sua característica específica como meio generalista de fluxo com a sincronização de ritmos de uma comunidade: “*La televisione assorbiva e insieme dettava i tempo di una nazione*”²⁹ (GRASSO, 2011, VII).

Wolton (1999) considera que não há democracia de massas sem comunicação e por comunicação é preciso entender os media e as sondagens, mas também o modelo cultural favorável às trocas entre as elites, os dirigentes e os cidadãos. O autor defende que não há política democrática sem capacidade de expressar opiniões e sem comunicação entre os indivíduos, afirmando que, inicialmente, esta função foi realizada pela imprensa, mas atualmente é à televisão que compete a criação e manutenção do elo social entre indivíduos, cidadãos, comunidades e nações. Porto (2007) ainda reforça tal reflexão, indicando que a televisão, como meio audiovisual, demanda um esforço menor que os demais meios, principalmente quando comparados com os impressos, reduzindo, portanto, os custos de busca de informação.

No Brasil, a televisão surge como processo de implantação na década de 50, quando apresenta uma evolução em termos técnicos e sua expansão se consolida nos anos 70. Essa forma gradual de implementação é pontuada com alguns incrementos, especialmente quando a

²⁹ Tradução livre: A televisão absorvia e, ao mesmo tempo, ditava o tempo de uma nação.

publicidade, na década de 60, surge no campo televisivo. Segundo Ortiz (1991) a primeira emissora foi a TV Tupi, criada na década de 50 e posteriormente a TV Paulista. Por volta da década de 60 surgem gradativamente outras emissoras como a TV Record, a TV Cultura, TV Excelsior e também a emissora que colaborou decisivamente para a consolidação da telenovela no Brasil e também como produto de exportação: a Rede Globo.

Na década de 60 e 70, o panorama histórico-social do país é marcado por um processo de modernização, presente tanto no governo Juscelino Kubitschek, quanto na ditadura militar. Segundo Queiroz,

Construir uma rede de tele-rádiodifusão era, para o regime militar, muito mais importante do que estabelecer uma rede eficiente de serviços de saúde pública, educação, moradias ou transporte. Pela palavra, julgava-se e apostava-se na consolidação de um projeto político de inspiração militar, envolto pela doutrina de segurança nacional (QUEIROZ, 2010. p.13).

As empresas televisivas também foram influenciadas para adequar-se aos novos tempos e a Rede Globo foi uma das emissoras que mais apostou para alcançar tal patamar. Com incremento tecnológico, surgia no Brasil, na década de 70, a possibilidade da TV Globo criar um sistema de transmissão para grande parte do país, procurando “conquistar hegemonia do mercado telespectador no Brasil, assumindo uma situação quase de monopólio”, como ressalta Melo:

Não foi difícil à TV Globo, adotando essa fórmula e investindo continuamente em tecnologia, conquistar a hegemonia do mercado telespectador no Brasil, assumindo uma situação quase de monopólio. A competição inicial resumia-se a duas redes (Bandeirantes e Record) que possuíam amplitude nacional, mas não gozavam da penetração conquistada pela emissora da Família Marinho, cuja imagem foi sendo recebida pela maioria dos municípios brasileiros (MELO, 1988, p.17).

A Rede Globo de Televisão possui uma posição hegemônica perante os demais meios de comunicação brasileiros. Não somente de ordem de abrangência, mas de cunho político. Segundo Miguel (2001), a base da influência da emissora está na relação simbiótica com o poder político, estabelecido a partir da ditadura militar (1964-1985). No sólido trabalho de Herz (1991) é possível acompanhar a evolução da empresa e toda negociação e poder de barganha por ela gerenciado. “O papel político da Globo era uma função complementar ao seu decisivo papel econômico” (Herz, 1991, p. 200). Hoje, atuando como um grande conglomerado, a empresa apresenta uma história de origem mediana em 1925, quando fundou o jornal O Globo (no Rio de Janeiro) que, durante as

décadas seguintes, permaneceria como um diário de pouca importância. Desde então, o império foi se estabelecendo, assumindo uma “posição de vetor da ‘integração nacional’ (...) almejado pelos militares — com o surgimento do Jornal Nacional, cuja estréia (*sic*) ocorreu em 1º de setembro de 1969” (MIGUEL, 2001, p.50), sendo assistido, ao mesmo tempo, em quase todo o território nacional. “Ainda hoje, o Jornal Nacional mantém, em linhas gerais, seu formato inicial. É assistido, seis noites por semana, por cerca de 50 milhões de pessoas (ao passo que seus concorrentes alcançam, quando muito, 5% desta cifra)” (*ibidem*). O autor ainda complementa questionando a perda de sua credibilidade, refletida numa possível redução da audiência. De igual forma, a emissora, através de seus produtos, permanece como “um importante foco gerador da agenda pública e como a mais importante fonte de informação de boa parcela dos brasileiros”.

Não é possível negar que a TV Globo se mostrou útil para a estratégia militar; mais do que colaborar com a ‘integração nacional’, ela difundiu uma imagem positiva do regime e de suas realizações materiais. Na época da mais cruenta repressão à oposição política no Brasil, o general Emílio Médici, exercendo a presidência da República (1969-1973), comentava: ‘Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Em outros países, greve, atentados, conflitos. No Brasil, não. O Brasil marcha em paz rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante (*sic*), após um dia de trabalho’ (Betti 1999, 203). As novelas, por sua vez, apresentavam, através da vida afluyente de suas personagens, o desenvolvimento do país — e tudo isso dentro de outro símbolo de progresso, palpável, presente na casa de cada espectador: o televisor (MIGUEL, 2001, p.50).

O poder da Rede Globo é sublinhado por Herz (1991), sendo usado “indiscriminadamente, de acordo com seus [de Roberto Marinho] mais privados e imediatos interesses políticos e econômicos” (p.25), sendo referendada tal afirmação nas próprias palavras do empresário: “(...) usar o poder para impulsionar coisas, como eu faço, é algo bom” (HERZ, 1991, p. 25).

Segundo Miguel (2011) “o poder que a emissora possui e não se furta a usar é, precisamente, o poder próprio da mídia, de contribuir para a construção das representações do mundo social através de sua programação”. Segundo Weber,

Pode-se chamar de intromissão pedagógica a uma das facetas do poder das mídias, especialmente a televisão brasileira, já que não lhes cabe o papel de educar, de substituir as instituições, devido aos limites de sua própria natureza e seus compromissos técnicos e de conteúdo, inerentes ao processo comunicativo. No entanto, essa dimensão pedagógica vem sendo fortalecida, até por integrar a barganha dos poderes entre o Estado e o sistema de telerrádiodifusão implantado, estrategicamente, pelo regime militar no Brasil (WEBER, 2000, p.122).

Weber (2000) sublinha que o “sentido e a atitude pedagógica das mídias são decisivos, no mínimo, para fortalecer a ideia preliminar sobre qualquer fato, especialmente sobre aqueles mais complexos, como a política” (p.121). E ao expor temas e dar luz aos fatos eleitos, a mídia repercute e promove discussão.

Assim, amplia-se a reflexão para avaliar a prática da *agenda-setting*³⁰ pela Rede Globo. Estudos já aplicaram a hipótese da *agenda-setting* a telenovelas. Motter (2003), por exemplo, buscou em jornais e revistas conteúdos transmitidos via telenovela como destaque em outras mídias; Lopes (2009) denominou de “recurso comunicativo” a característica de a telenovela propor novos assuntos na pauta das conversas íntimas a partir de um tema polêmico tratado via linguagem televisiva; e Lopes, Borelli e Resende (2002) indicaram que a repercussão de telenovela pode ser filtrada pela memória da audiência, oferecendo um efeito de maior alcance, corroborando com a hipótese da telenovela como *agenda setting*.

Neste contexto, apresenta-se a seguir um detalhamento deste produto do entretenimento televisivo.

3.5.1 Telenovela Brasileira

A telenovela enquadra-se como um dos gêneros televisivos mais populares, sendo que no Brasil, compõem de forma efetiva a rotina de grande parte da população brasileira, constituindo-se quase como unanimidade. Essa afirmação é baseada pelos elevados índices de audiência e grande penetração no imaginário popular (ARAÚJO, et al. 2010). A telenovela é um produto cultural, pois influencia, positiva ou negativamente, hábitos e costumes junto às pessoas comunicando, informando e entretendo. Segundo La Pastina (1994), as telenovelas “tornaram-se muito mais uma parte do tecido da sociedade brasileira. É difícil pensar o Brasil contemporâneo

³⁰ Em 1922, Lippman, no livro *Opinião pública*, admite que existe uma relação intrínseca entre a agenda midiática e a agenda pública. Assim, a imprensa é a responsável por noticiar o mundo exterior. Contudo, é em 1972, com o trabalho de McCombs e Shaw, que a influência da mídia no público foi denominada de *agenda-setting*.

sem pensar em novela”. Estudos³¹ demonstraram a influência das telenovelas desde o planejamento familiar, escolha do nome dos filhos e divórcio.

Segundo Hamburger, “durante cerca de vinte anos a novela se manteve nessa posição, afirmando características estilísticas e um modo de fazer que ficou conhecido como ‘brasileiro’, e que mobiliza públicos nacionais” (HAMBURGUER, 2011, p. 68). O fato do enredo ter seu próprio tempo e ser apresentado de forma capitular, faz com que o espectador mantenha um contínuo interesse. Associado a esta característica, Machado (2005, p. 88) nos indica que numa narrativa seriada televisiva os intervalos têm sua função. Eles fragmentam um programa em capítulos diários ou em episódios semanais, pois se “fossem colocados em continuidade numa mesma sequência, o interesse do programa provavelmente cairia de imediato”. Nesse sentido, ampliando a leitura do programa e o elevando à grade da emissora, há um gotejamento do tema, em contínua construção e edição, oferecido de forma contínua e parcial.

Essa serialidade é uma das características fundamentais da telenovela. Trata-se de uma “apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual” (MACHADO, 2005, p. 83). As tramas são apresentadas ao telespectador em capítulos diários como “uma única narrativa (ou várias narrativas entrelaçadas e paralelas) que se sucede(m) mais ou menos linearmente ao longo de todos os capítulos” (*Ibidem*, p. 84). Tal característica é considerada facilitadora na medida em que estabelece uma rotina que concorre ou ocorre, com e/ou simultaneamente os demais afazeres da vida doméstica e permite que o telespectador acompanhe a sequência do enredo diariamente. Assistir à telenovela torna-se um ritual, um hábito.

Uma estratégia do desenvolvimento das tramas está no uso de arcos narrativos que, conforme indica Calabrese (1994), corresponde a histórias que, mesmo quando entrecortadas por outras histórias no produto televisivo ou pelos intervalos, possuem uma continuidade que permite a compreensão do espectador. O crítico italiano identifica a presença de uma “estética da repetição”, que pode ser organizada a partir de duas estratégias principais: “a variação do idêntico” e a “identidade de vários diversos”. Os arcos narrativos são múltiplos e se apresentam nas tramas de início, meio e fim que podem se desenvolver, quando observadas as séries ficcionais, tanto em único episódio e/ou se manter ao longo dos capítulos dos episódios e/ou da

³¹ Ver Alberto Chong & Eliana La Ferrara, 2009. "Television and Divorce: Evidence from Brazilian Novelas," *Journal of the European Economic Association*, MIT Press, vol. 7(2-3), pag. 458-468, 04-05. E Eliana La Ferrara & Alberto Chong & Suzanne Duryea, 2008. "Soap Operas and Fertility: Evidence from Brazil," Research Department Publications 4573, Inter-American Development Bank, Research Department

temporada. Nas telenovelas, eles tendem a se apresentar no enredo de forma independente de sua localização, podendo permear alguns capítulos ou no desdobrar da narrativa. Tal estética repetitiva nos permite reconhecer nas narrativas seriadas uma produção de conhecimento dinâmica e diversificada.

Hamburguer complementa, indicando que

a novela é escrita, gravada, editada e difundida enquanto vai ao ar. Esse modo de fazer simultâneo à exibição possibilita diversas formas de interlocução – mesmo que opacas e desiguais – entre autor e público. (...) A novela estimula a formação de “torcidas” em torno de destinos desejados para as personagens. Autores administram pressões. O conjunto de interlocuções que uma novela estabelece define o âmbito de sua ‘repercussão’. A provocação é bem-vinda já que amplia a repercussão, medida de sucesso (HAMBURGUER, 2011, p. 74).

Conforme Lopes e Mungioli (2011), a ficção televisiva, especialmente a telenovela, se posiciona de forma estratégica no contexto audiovisual nacional em dois âmbitos: “peso no mercado televisivo e papel na produção de imagens da identidade cultural de nosso povo”. Por sua vez, Fadul (1999) indica que:

Como se pode ver pelo interesse e tentativa das redes televisivas de produzirem ficção diária, a telenovela é um dos gêneros televisivos mais importantes da televisão brasileira. [...] À medida que as telenovelas se aproximavam cada vez mais da vida real, o seu sucesso junto ao público se fortalecia. [...] Na década de 70 juntamente com o telejornalismo representavam os programas de maior audiência da televisão. A audiência média de uma telenovela da Rede Globo no horário das 20 horas alcançava mais de 60%, chegando em algumas capitais a atingir mais de 70% (FADUL, 1999, p. 6).

Motter (2004) destaca que é a característica ágil para incorporar inovações é que garante a permanência da telenovela como forma narrativa na grade de programação da emissora, mantendo seu poder de sedução, ainda que se discuta sobre seu possível esgotamento como produto nos dias atuais.

Em termos históricos, a primeira telenovela diária foi ao ar em 22 de julho de 1963 (sob o título de *2-5499 Ocupado*), com textos adaptados de outros países e com doses substantivas de melodrama, em que a figura do herói e o peso do romantismo se destacavam. Após a busca da profissionalização da área (em âmbito de pessoas e estrutura), entende-se que surge uma fase de reconhecimento do campo da telenovela. Na década de 70, como afirma Souza (2004), é a fase de consolidação da telenovela, que se torna um dos principais produtos comerciais da televisão.

Hamburguer (2005) indica que nesse período é que o Brasil começa a desenvolver tramas mais associadas ao seu cotidiano, trazendo à tona a própria sociedade brasileira. Do malandro carioca, em *Beto Rockefeller* (TV Tupi, de Bráulio Pedrosa, 1968), apresentando a fase nacional popular (Hamburguer, 2005), ao uso da sátira para diluir a censura da época da ditadura militar, ilustram as diversas fases e estratégias que fazem parte da história deste produto televisivo.

A partir dos anos 90, um dos recursos mais utilizados na teledramaturgia brasileira foi a intervenção de temas atuais e discutidos na sociedade (Hamburger, 2005). Segundo dados do OBITEL³², telenovela foi considerada o formato mais popular em 2009 e apresenta-se como um objeto com elementos relevantes por oferecer especificidades no que se refere “à produção de sentidos ensejada pela abordagem de temas de relevância social. A observação do tratamento dado a esses temas e até mesmo sua presença ou ausência possibilitam elementos importantes para a compreensão da diversidade cultural dos países analisados”. Como reforço, é possível observar na Figura 3 a confirmação desses dados, refletindo a prevalência do formato telenovela na maior parte dos países participantes da pesquisa do Obitel em 2009.

Figura 3. Formatos de ficção nacional em números de títulos

Formatos	Telenovela	Série	Minissérie	Telefilme	Outros	Total
Argentina	18	3	2	0	1	24
Brasil	15	11	6	1	8	41
Chile	8	12	3	5	1	29
Espanha	9	26	11	2	8	56
EUA	7	0	0	0	0	7
México	14	4	0	0	2	20
Portugal	9	15	3	0	1	28
Uruguai	0	2	1	0	0	3
Venezuela	9	5	0	0	1	15

Fonte: Obitel 2009. p.30 (apud MUNGIOLI et al., 2011)

É interessante observar que nas telenovelas consegue-se transformar uma história ficcional em agente modificador da sociedade. Os temas tratados, invariavelmente, suscitam discussões e constantemente acabam podendo modificar regras vigentes no sistema. O interesse do público brasileiro por telenovelas levou emissoras e autores a aproveitarem esse espaço para levantar

³² O Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva – OBITEL, desde sua criação, constitui-se como projeto intercontinental da região ibero-americana, incluindo países latino-americanos, ibéricos e os Estados Unidos de população hispânica.

reflexões e discussões sobre temas de relevância para a sociedade, cunhado como *merchandising* social.

Araujo et al (2010) indicam que *Merchandising* é o termo usado no Brasil para a colocação de anúncios comerciais em meio à narrativa ou ao programa, e o *merchandising* social refere-se à promoção de “valores sociais”, considerados informativos e educativos. Hamburger (2005) reforça que em telenovelas, é possível observar o uso dessas campanhas de interesse público inseridas nas tramas de produções da Rede Globo, como: o movimento dos Sem Terra foi narrado na telenovela *O Rei do Gado* (de Benedito Ruy Barbosa, 1996); mulheres que tiveram seus filhos desaparecidos puderam encontrá-los através da exposição na novela *Explode Coração* (de Glória Perez, 1995); ex-dependentes químicos contaram suas histórias na novela *O Clone* (de Glória Perez, 2001). Assim, questões políticas passaram a ser discutidas nas tramas e a realidade passou a interagir mais fortemente com a ficção. Tal ênfase será aprofundada nos itens que seguem.

3.5.2 Os Limites entre a Ficção e a Realidade

A existência da ficcionalização do real na contemporaneidade é reforçada por Augé (1998), tendo em vista que os modelos de vida atuais são fortemente inspirados nas imagens oriundas do cinema e da televisão. Para o autor, há um destaque para a televisão nesse processo de imbricamento entre real e ficcional, pois esta influenciaria mais que o cinema, justificando pelo fato de que o formato seriado e fragmentado permite uma presença cotidiana no ambiente doméstico do espectador.

Diferentes temáticas e prismas sociais inseridos nas narrativas das telenovelas contribuíram para abordar questões presentes na vida do brasileiro em um empenho de se aproximar cada vez mais com a realidade. Segundo Xavier

a partir dos anos 1970, a telenovela passou a mostrar a cara do Brasil e, cada vez mais, influenciar o comportamento e a cabeça dos brasileiros. Houve, a partir de então, um crescente interesse dos autores em abordar, em suas tramas, temas de cunho social, com o objetivo de despertar no telespectador o censo crítico e a vontade em discutir esses assuntos. Nessa época, a ditadura do Regime Militar proibia os autores de abordar determinados assuntos em suas novelas. Nos anos 1990, os temas de interesse social entraram na ordem do dia pra valer. Hoje é

quase uma obrigação abordar esses assuntos na trama do horário nobre. É o que se convencionou chamar de *merchandising* social (XAVIER, 2007, p. 193).

Tal estratégia coloca na ordem do dia discussões estabelecidas na sociedade, ora retomando-as, ora promovendo-as. Portanto, a telenovela pode ser pauta para a mídia, para a alimentação de conversas informais, capaz inclusive, de propor um debate de “amplitude nacional, que ultrapassa as esferas convencionais e, de certo modo, restitui ao cidadão comum a possibilidade de opinar sobre questões de interesse da *polis*” (LIMA, MOTTER e MALCHER, 2000).

A estética do produto também é sublinhada em trabalhos sobre telenovela. Weber (2000) afirma que “o fato da maioria da população ter sido inoculada pela estética da televisão, torna-se mais vulnerável e receptiva aos discursos mais facilmente assimiláveis, com referências mais conhecidas: compacto, passional, padronizado, publicitário” (WEBER, 2000, p.119). Soma-se a esse olhar o poder de sedução da mídia, pois

As mídias, com lógica e poder equivalentes aos do Estado e do capital, destes se diferenciam pela agilidade, perspicácia e ingênua e transparente capacidade de sedução. Podem relativizar o real – a história –, mostrando-o de uma perspectiva menos inóspita, mais confortável, fornecendo álibis ao cidadão sobre a impossibilidade de mudar, pela complexidade do poder e da política (WEBER, 2000, p. 121).

Com outro enfoque, Porto reforça a reflexão do poder dos enquadramentos dos assuntos tratados que pertencem também à discussão provocada pela narrativa da telenovela, principalmente para uma parcela populacional. “Cidadãos com baixos níveis de informação podem tomar decisões coerentes, mas apenas quando o debate público está relativamente aberto a um amplo leque de interpretações sobre a realidade política” (PORTO, 2007, p.40). O autor indica que a ficção televisiva é um “gênero potencialmente mais aberto do que os telejornais na forma como os temas e eventos políticos são representados” (*Ibidem*, p. 288).

Martín-Barbero (2006, p. 14), complementa, afirmando que a “mediação televisiva ou radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política. Pois essa mediação é socialmente produtiva, e o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política”.

É válido observar que há dois modos possíveis de irradiação dos temas a partir da telenovela, sendo eles horizontal (intermídia) e vertical (intramídia):

No primeiro modo estariam os jornais, as revistas informativas, outras emissoras de TV e o rádio; no segundo a programação da própria emissora de TV que exibe a telenovela, que a recupera sob a forma de subproduto, ou a retoma em outros programas como os de auditório, de humor sob a forma de sátira, paródia ou estilização. Essa reiteração temática ultrapassa a audiência da telenovela e a projeta no cotidiano da sociedade, interferindo na vida de cada cidadão, independentemente de se admitir ou de se perceber essa intromissão da ficção na realidade (LIMA, MOTTER e MALCHER, 2000, p. 122).

A telenovela em particular, é emblemática no que se refere ao surgimento de um novo espaço público, no qual, segundo Lopes (2009) o controle da formação e dos repertórios disponíveis deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, ou seja, dos titulares dos postos de comando da sociedade. Além disso, a televisão, pela sua característica difusora de informações, disponibiliza conteúdo a todos, sem distinção de pertencimento social, gênero ou região. Ao fazê-lo, ela torna “disponíveis repertórios anteriormente pertencentes à alçada privilegiada de instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, o aparelho estatal”. (LOPES, 2003, p. 18).

De forma paradoxal se promove a constante reflexão sobre a ação contraditória da constituição da televisão brasileira que, mesmo na condição de concessão de ordem pública, ao se observar o papel das emissoras comerciais – sob a lógica do setor privado –, a telenovela tornou-se um dos produtos de maior popularidade e lucratividade da televisão brasileira.

A telenovela constituiu-se sob a égide da vida privada, uma vez que a mesma já foi definida como uma narrativa por excelência sobre a família (...). A novela, portanto, dá visibilidade a determinados assuntos, comportamento, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada. (LOPES, 2009, p. 03).

Cunhada como um dos principais produtos de uma indústria televisiva de grandes proporções, a telenovela pode evocar a problematização de uma nação, capaz de tratar de situações da intimidade privada e de problemas sociais do país. “Essa capacidade *sui generis* de sintetizar o público e o privado, o político e o doméstico, a notícia e a ficção, o masculino e o feminino, está inscrita na narrativa das novelas que combina convenções formais do documentário e do melodrama televisivo” (LOPES, 2009, p. 06).

Nesse sentido, “a representação do mundo na ficção e a ficcionalização do mundo e das relações sociais são processos indissociáveis, na medida em que são fruto da utilização dos

critérios de coerência e articulação da narrativa" (MARQUES e MAIA, 2008). São recorrentes nas novelas a identificação entre figuras públicas reais e personagens da ficção, há um borrar das fronteiras entre as tramas e os problemas reais e a tendência para uma maior verossimilhança nas histórias contadas. Tais combinações³³ de gêneros e informações foram levantadas por Lopes (2009, p.08), que nos indica alguns exemplos abordados na dramaturgia da Rede Globo, como a inseminação artificial em *Barriga de Aluguel* (1990); em *De Corpo e Alma* (1992) encontra-se o transplante de coração; a destruição do meio ambiente em *Mulheres de Areia* (1993); em *Explode Coração* (1995) a chegada da internet e a violência urbana, bem como a divulgação do trabalho das ONGs e a presença de mães de crianças desaparecidas; a denúncia da exploração do trabalho infantil em *A Indomada* (1997); a doação de medula óssea e a presença de médicos explicando o câncer de uma jovem em *Laços de Família* (2000); em *O Clone* (2001) a clonagem humana e as drogas, com depoimento reais de viciados em fase de tratamento; a violência contra a mulher e contra os idosos em *Mulheres Apaixonadas* (2003); a imigração ilegal para os Estados Unidos, tráfico de drogas, pedofilia na internet e a deficiência visual em *América* (2005); em *Páginas da Vida* (2006) a síndrome de down, bulimia juvenil, alcoolismo, com a inserção de depoimentos de pessoas comuns ao final de cada capítulo; a diversidade racial e sexual em *Duas Caras* (2008); a saúde mental e a diversidade cultural em *Caminho das Índias* (2009).

Há, portanto, uma busca contínua da associação de temas da vida pública e privada que, segundo Lopes, remetem à fusão dos domínios do público e do privado realizada pelas novelas, permitindo sintetizar problemáticas amplas em figuras e tramas pontuais, e ao mesmo tempo, sugerir que dramas pessoais e pontuais podem vir a ter significado amplo.

A força e a repercussão da novela mobiliza cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação dos seus sentidos e gera a chamada semiose social. Por isso, a telenovela pode ser considerada como um novo espaço público, por ter a capacidade de provocar a discussão e a polêmica nacional (LOPES, 2009, p. 12).

³³ Levantamento de Lopes (2009, p. 07): "(...)pode ser encontrada, por exemplo, no uso de documentários de época inseridos nas seqüências de novelas desde *Irmãos Coragem* (1970, novela de tempo atual) à *Terra Nostra* (1998, novela de época). Ainda pode-se mencionar a "invasão" de realidade na novela *Porto dos Milagres* (2001) pelo uso, no intervalo comercial, de clipes de campanha eleitoral com os personagens da novela, provocando o efeito de realidade de uma propaganda feita por partidos políticos verdadeiros. Por fim, menciono a incorporação do noticiário, levada às últimas conseqüências, e que passou a ser denominada de merchandising social (Schiavo, 1995). Ainda sem esse nome, a novela *O Espigão* (1974) já apresentava uma campanha pelo meio ambiente".

Nesse sentido, tendo como origem a trama central, é possível observar que no seu entorno se desenvolvem as tramas secundárias, paralelas. Assim, conforme indica Borelli (1991), a novela abre espaço para priorizar e hierarquizar questões que superam o fio melodramático, a trama amorosa, e incorporam problemas da vida cotidiana do telespectador e da sociedade. O que chama a atenção é que tais temas são reelaborados artisticamente, adaptados à linguagem falada e visual, consolidados na dramaturgia. Os temas retornam ao cotidiano com os nexos ou verdades (ou frações dela) estabelecidas na narrativa.

Tais temas apresentam aderência na recepção brasileira, pois em recentes estudos realizados pelo OBITEL, percebe-se que a telenovela está presente entre os programas de ficção televisiva mais vistos no conjunto de países estudados, com um significativo nível de audiência (*share*³⁴). Os títulos mais vistos no Brasil entre o período de 2012 a 2014 podem ser observados nas Tabelas 3 e 4, que seguem³⁵.

Tabela 3. Títulos mais vistos no Brasil (2012-2013)

Os títulos mais vistos: origem, formato, audiência e <i>share</i>									
Título	Audiência (%)	Share (%)	Formato	Canal	Casa Produtora	TV	País de Origem Roteiro	País de exibição	
1 Fina Estampa Avenida	42,12	67,3	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
2 Brasil Cheias de	41,51	66,5	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
3 Charme	33,92	58,3	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
4 Salve Jorge	32,8	56,4	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
5 Tapas e Beijos	27,83	48	Série	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de OBITEL, Anuário 2013 (p. 44)

³⁴ Porcentagem do número de espectadores de um programa relativamente aos níveis de outros programas concorrentes que decorram no mesmo período. A utilidade do conceito de *share* é permitir uma análise comparativa do desempenho de um programa.

³⁵ Reforça-se que as novelas não iniciam no exercício fiscal, portanto, vê-se a necessidade de analisar as tabelas com base em biênios sequenciais, pois uma novela substitui a outra no decorrer do mesmo ano.

Tabela 4. Títulos mais vistos no Brasil (2013-2014)

Os títulos mais vistos: origem, formato, audiência e <i>share</i>									
Título	Audiência (%)	Share (%)	Formato	Canal	Casa Produtora	TV	País de Origem Roteiro	País de exibição	
1 Salve Jorge	40,00	67,81	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
2 Amor à Vida	36,79	60,03	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
3 Sangue Bom	27,74	48,17	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
4 Sexos Tapas e Beijos	27,61	50,13	Telenovela	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	
5	25,67	44,92	Série	Globo	Globo	Privada	Brasil	Brasil	

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de OBITEL, Anuário 2014 (p. 45)

Segundo dados do OBITEL (2103), é possível verificar que os produtos televisivos brasileiros são considerados entre os líderes de seus levantamentos, contemplando oito das 10 produções em nível ibero-americano do escopo estudado no ano de 2012-2013. No biênio 2013-2014, esse cenário se altera um pouco, tendo em vista que o Peru conta com sete títulos nos primeiros 20 lugares, sendo deste país o 3º lugar com a veiculação de uma telenovela. Salienta-se que a Rede Globo produz sete telenovelas em ambos os períodos e as tabelas refletem que as telenovelas se destacam nos índices de audiência e *share*.

Nessas tabelas foram selecionadas apenas as cinco primeiras produções, sendo que a novela *Salve Jorge*, mesmo com a baixa crítica estabelecida durante sua veiculação, foi classificada no quarto lugar dentre os títulos mais vistos no ano de 2013 e em primeiro em 2014. É a partir desse produto (*Salve Jorge*) que o presente estudo se estrutura, levantando o tema Tráfico de Pessoas, resgatando a interrelação entre ficção e realidade que se estabelece nas tramas da telenovela e suas repercussões.

A telenovela, portanto, é um instrumento de narrar a história, a sociedade e de influenciar o modo de pensar do público. É um gênero popular, que cria um espaço público para compartilhar experiências e discussões da nação (LOPES, 2009). Segundo Porto (2011), as representações nas telenovelas tendem a traçar um paralelo entre as realidades políticas e sociais. Dessa forma, os temas adquirem importância e podem passar a influenciar os telespectadores, sendo possível viver a nação através da novela.

Ferrés (1998) ainda indica que as experiências televisivas provocam uma socialização emotiva, que “quando um espectador se identifica com um personagem que encarna uma ideologia ou uma ética que não são as suas, é porque a energia emocional pesa mais do que sua energia racional. É o fascínio emotivo que leva a aderir ao herói e a tudo o que representa” (FERRÉS, 1998, p.105). E vai além quando afirma que o “espectador necessita chorar, e as histórias, ao lhe oferecerem a oportunidade de chorar, oferecem-lhe implicitamente algo pelo que chorar, indicam-lhe quais realidades merecem lágrimas” (p. 111). O tráfico de pessoas apresenta esses elementos emocionais, trazendo a dimensão de uma realidade que, mesmo considerada distante na vida de muitos, ao associar elementos e depoimentos de pessoas que foram vítimas desse crime, sublinham ainda mais essa carga de socialização emotiva, própria do *merchandising* social.

Em continuidade a essa reflexão, Featherstone (1995), reforça que a dinâmica da cultura de consumo pós-moderna se caracteriza pelo colapso do encadeamento ordenado de significantes, pelas mudanças percebidas nas experiências culturais e nos modos de significação; na tentativa de transformar a vida em obra de arte, na derrubada de barreiras entre o real e o ficcional e na tradução da realidade em imagens através do fluxo veloz de signos e elementos visuais que saturam a trama da vida cotidiana na sociedade contemporânea.

Featherstone (1995, p. 45-48) chama de *habitus* flexível aquele pensado para mostrar a presença das estruturas sociais nas ações dos sujeitos, ou seja, os modos pelos quais os sistemas de dominação e controle se fazem presentes nas práticas cotidianas. Há, nesse sentido, um fascínio até mesmo inconsciente naquilo que trafega entre o grotesco e o austero, pelo controle e pelo descontrole das emoções. E a telenovela pode usar essa estratégia. O autor indica que as câmeras de vigilância, os guardas e agentes de segurança nos *shoppings* ou em grandes eventos, por exemplo, são capazes de despertar prazeres e perturbações. Nesse sentido, o tema Tráfico de Pessoas, ao mesmo tempo em que gera repulsa em termos de dignidade humana, atrai pela estética tratada na telenovela, pela grandiosidade do desafio de estar em outro país, pela transformação da pessoa em mercadoria.

Como um produto televisivo, a telenovela tem um caráter estético referencial, não só em âmbito nacional, mas também sendo exportada para diversos países, levando consigo o selo de

produção Rede Globo (vencedora de troféus como o Emmy³⁶, por exemplo). Inclusive, antes de sua veiculação, há um lançamento para a imprensa, com presença dos atores e reproduções cenográficas, justamente para atrair o holofote como produto, tendo como carro-chefe a trama que é revestida do rótulo social – neste caso Tráfico de Pessoas. O *merchandising* se estabelece.

É possível afirmar, portanto, que a estética da telenovela impulsiona a discussão do tema, pois ela transmite glamour da discussão e ao mesmo tempo há um distanciamento da realidade efetiva, visto que a trama tem como pressuposto a ficção. Por outro lado, as denúncias reais que começam a surgir (como o exemplo acompanhado pelo Fantástico, que será discutido na análise ao longo da tese), se sustentam na chancela que a própria trama oferece, pois a aliciada é protagonista. Assim, de alguma maneira, é possível dizer que o holofote existirá e não mais uma repulsa social. Pode-se afirmar, portanto, que o tráfico de pessoas é um tema social que vira mercadoria.

Nesse sentido, observa-se a teoria da reificação, conceito defendido por Lukács, que tem sua origem em 1920, com base na obra *História e consciência de classe*. Naquele contexto, o autor trabalhou com a ideia de análise do fenômeno do desenvolvimento da alienação e do fetichismo da mercadoria e objetivava denominar a ideia núcleo de “esquecimento do reconhecimento”. Segundo Costa (2008),

A reificação configura-se como o processo pela qual, nas sociedades industriais, o valor (do que quer que seja: pessoas, relações inter-humanas, objetos, instituições) vem apresentar-se à consciência dos homens como valor sobretudo econômico, *valor de troca*: tudo passa a contar, primariamente, como mercadoria. (...) O trabalho reificado não aparece por suas qualidades, trabalho concreto, mas como trabalho abstrato, trabalho para ser vendido. A sociedade que vive à custa desse mecanismo produz e reproduz, perpetua e apresenta relações sociais como relações *entre coisas*. O homem fica apagado, é mantido à sombra. Todo o tempo, fica prejudicada a consciência de que a relação entre mercadorias (e a relação entre cargos) é, antes de tudo, uma relação que

³⁶ Em 2013, segundo o site G1, “A Rede Globo venceu em duas categorias do prêmio Emmy Internacional, considerado o Oscar da televisão, realizado na segunda-feira (25), em Nova York. Emissoras de 19 países concorreram ao prêmio. A Globo estava na disputa com cinco indicações. Com as vitórias desta edição, a TV Globo soma dez prêmios Emmy Internacional. No ano passado, ganhou na categoria comédia, com A Mulher Invisível, uma co-produção com a Conspiração Filmes, e com O Astro, a nova versão da novela de Janete Clair. (...) Em 2011, Laços de Sangue, uma co-produção com a SIC, exibida em Portugal, venceu na categoria telenovela. No mesmo ano, o Jornal Nacional foi premiado com o Emmy de jornalismo na categoria notícia, pela cobertura da invasão do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro. (...) Em 2009, a vitória foi da novela Caminho das Índias, de Glória Perez. O primeiro Emmy veio em 1981, com A Arca de Noé. No ano seguinte, venceu Morte e Vida Severina e, em 1983, o jornalista Roberto Marinho recebeu o prêmio na categoria direção”. Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2013/11/rede-globo-vence-em-duas-categorias-do-premio-emmy-internacional.html>. Acessado em 10 de agosto de 2014.

prevalece sobre a relação entre pessoas (COSTA, 2008, s.p.).

Para o Lukács (2003), o conceito de reificação resumiria, de forma metafórica, um tipo de amnésia responsável por provocar a indiferença dos sujeitos entre si, portanto, de neutralizar suas relações socioafetivas. Para o autor, a reificação ocorreria em três dimensões, as quais envolvem o cálculo e usufruto de lucro e estão na troca de mercadorias, nas interações sociais e no nível individual.

Conforme Jamenson (1995) indica, a teoria da reificação propõe a apreensão crítica dos processos e produtos inerentes à indústria cultural sob a perspectiva da imagem, buscando explicar a transformação das narrativas em mercadorias, ou seja, compreender a maneira pela qual as formas

mais antigas da atividade humana são instrumentalmente reorganizadas ou *taylorizadas*, analiticamente fragmentadas e reconstruídas segundo vários modelos racionais de eficiência, e essencialmente reestruturadas com base em uma diferenciação entre meios e fins (JAMENSON, 1995, p. 10).

É necessário, portanto, retomar a crítica da visão romantizada que o *merchandising* social se autopromove, tendo como base seu rótulo de prática cidadã ou de valência positiva como estratégia, abrindo, portanto, espaço para uma discussão mais estruturada sobre seu real papel ou eventuais limites. Para tanto, a estratégia de dramatização de temas de interesse público entra em foco.

3.5.3 A Estratégia da Dramatização e *Merchandising* Social

A lógica empresarial rege os princípios de emissoras privadas que, para apresentar produtos de referência, fazem uso de estratégias mercadológicas e garantia de visibilidade para marcas e produtos. Nesse sentido, temas de interesse público podem ser utilizados para garantia de audiência, gerando envolvimento temático e aproximação de conteúdo com o receptor. Para promover essa análise, utiliza-se como suporte as seguintes dimensões: (a) aquela relacionada à imagem que a emissora deseja construir, associada ao seu olhar econômico; (b) aquela de cunho mais específico, relacionada com o processo de idealização da narrativa do produto telenovela.

Quando se refere à (a) imagem da emissora é preciso observar uma série de normativas que regem seu monitoramento. Estudos de Hamburger apontam que a Rede Globo destacou-se de outras emissoras graças ao seu desempenho com as telenovelas e aos investimentos depositados em pesquisa qualitativa e quantitativa de audiência (inclusive com departamento constituído para tal atividade) e na busca de um padrão de qualidade. Segundo Hamburger (2005),

Não somente monitoram a flutuação da audiência, fornecendo dados que definem padrões de medida para o preço dos anúncios, mas atuam como —bússola na definição de linhas de programação. Esse sistema de controle de desempenho insere-se em um projeto mais amplo, cuja expressão mais acabada são as novelas produzidas e exibidas nos anos de 1970 e 1980. Índices de audiência e relatórios de grupos de discussão constituem uma forma de pressão sobre autores, atores e diretores, absorvida por uns e vista com resistência por outros (HAMBURGER, 2005, p. 40).

Com base nesse empenho, a Rede Globo se constituiu como uma empresa com potencial de inovação, tendo na telenovela seu principal produto cultural. Lopes, Borelli e Resende (2002) em seus estudos sobre telenovela (*A Indomada*, em particular) afirmam que

os sentidos e os significados últimos de uma telenovela são produto de diversas mediações. Por um lado significa que o processo de comunicação não se conclui com a sua transmissão, senão que propriamente aí se inicia. Por outro lado, isto não implica a ausência de uma intencionalidade global política e econômica concreta que se inscreve no discurso social hegemônico (LOPES, BORELLI E RESENDE, 2002, p.40-41).

As autoras reforçam que é preciso estar atento aos seguintes elementos: à “competitividade industrial” inerente ao produto telenovela, observando elementos como tecnologia e inovação; aos “níveis e fases de decisão”, que contemplam o processo ou organograma de produção; e às “rotinas produtivas”, portanto aquelas observadas no fluxo de produção. Tais elementos se referem como dados da lógica de produção de telenovela.

Soma-se à reflexão provocada pelas autoras a necessidade de observar a mediação videotécnica da recepção, reforçando “o papel da telenovela na construção de uma viabilidade econômica para a empresa, a sua importância no faturamento e o seu papel na definição de um posicionamento de mercado” (LOPES, BORELLI E RESENDE, 2002, p. 78).

Para dar conta deste produto televisivo existem exigências visuais e técnicas que variam conforme a lógica sugerida pelas tramas. Melodramas de época, por exemplo, demandam uma

pesquisa e produção de arte que atendam às exigências do traçado no roteiro, ambientando a estória com uma aproximação mais fiel possível ao percurso histórico. Em termos de segmentação, a telenovela das 21hs, de forma geral, vem apresentando uma vinculação de narrativa mais contextualizada com o recorte temporal atual, deste modo, há uma preocupação com a ambientação da realidade nacional, especialmente, podendo, por exemplo, incluir representação de favelas, subúrbios e bairros nobres conhecidos dos brasileiros. Para promover a compreensão dessas articulações é preciso viabilizar o que Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 308) indicam como produção social de sentido, sendo este um processo de reflexividade social, havendo a necessidade de um entendimento dos nexos entre os polos da produção e do consumo mediados pela videotécnica.

(...) compreende-se a feitura de determinado texto cultural em articulação com o tecido social, de modo que os produtores, autores e artistas são vistos como agentes sociais em contextos, não apenas de reprodução, mas também de produção criativa e de rupturas em diálogo com determinadas demandas pautadas pelo tecido social e ‘pelas novas formas de ver’. Trata-se de uma abordagem que dialoga também com a ‘teoria da estruturação’ de Anthony Giddens (1987) que compreende as estruturas sociais não apenas a partir de suas dimensões restritivas, mas também em seu potencial transformador, ou seja: estruturas enquanto regras e recursos (LOPES, BORELLI E RESENDE, 2002, p. 309).

No que se refere ao (b) processo de idealização de uma narrativa, quando se pensa em telenovela há, de forma explícita, o empoderamento do autor, associado ao perfil do diretor, que assinam a obra e acompanham sua evolução ao longo da trajetória de mais de 170 capítulos.

(...) as telenovelas brasileiras da TV Globo manifestam marcas de autoria, estratégias estilísticas particulares, não obstante ser um produto coletivo, comercial, fabril, marcado pela repetição, esquematização e padronização. Estudos que indicam que além do reconhecimento autoral do escritor tem-se desde os anos noventa a evidente presença da direção geral que indica uma autoria compartilhada (SOUZA et. al, 2004, p.12).

Portanto, são retomadas inquietações referentes ao campo da autoria e seu peso no processo de “produção, distribuição e consumo de telenovelas” (SOUZA et. al, 2004, p.14), reforçando a relevância de investigar as “perspectivas de análise e interpretação das marcas de autoria” que “dependerão da história de produção das emissoras e da história dos tipos de programa que podem ser agrupados na rubrica teledramaturgia. (...). No caso das telenovelas, onde a autoria do escritor é suposta, torna-se vital elaborar definições e estratégias metodológicas

para identificar e compreender esta experiência particular de autoria” (*Ibidem*). Essa reflexão será melhor aprofundada na análise da dramatização da novela *Salve Jorge*, resgatando o perfil de Glória Perez e sua característica de estilo de narrativa.

Souza (2004) reforça para as dimensões interna (da autoria) e externa (da produção) a serem examinadas no texto audiovisual. A primeira é aquela que se refere aos “modos de funcionamento da organização da telenovela que podem apresentar marcas de autoria dos realizadores considerados autores: os temas tratados, os tipos de personagens construídos, o tratamento do espaço e do tempo, os programas de efeitos particulares” (SOUZA, 2004, p.14). Já, a dimensão externa, “é aquela que investiga os realizadores que se pensam ou se comportam como autores, as instâncias de reconhecimento e consagração destes autores, a história do universo particular dos modos de fazer e pensar as telenovelas” (*ibidem*).

A autora reforça que “cada telenovela reflete em seu corpo um número de determinadas decisões estéticas dos seus realizadores” (SOUZA, 2004, p.22). Nesse sentido, a estética do tema Tráfico de Pessoas observado em *Salve Jorge* é fundamental para o percurso do presente estudo, pois trata de um tema duro, real e de difícil tradução visual, sendo possível refletir sua dimensão no âmbito do *merchandising* social.

3.5.3.1 *Merchandising* Social da Rede Globo

Em telenovelas, o tema que une públicos e lhes confere identidade, é estimulado pela estratégia do *merchandising* social, que pode perpassar segmentações mercadológicas, categorizações de gênero ou censitárias, comungando olhares e/ou críticas. Assim, cada acontecimento ou tema social eleito conforma seus públicos. Soma-se a isso a reflexão de que os grupos se organizam a partir de algo que é lançado pela mídia. Quando o tema entra em rede é porque alguém o tornou visível.

Ao longo de sua trajetória, a telenovela brasileira vem expondo aos espectadores a diversos estilos de vida em suas narrativas, por meio dos personagens, cenários e tramas. Pode-se dizer que este produto televisivo auxiliou na disseminação códigos de consumo na sociedade, estimulando uma aceleração do ciclo de consumo num encadeamento de busca de imitação e distinção, influenciando o público a consumir produtos que promovam uma associação com

personagens. Nesse sentido, ao borrar as fronteiras entre o espaço real e o ficcional, a telenovela fomenta a estetização do cotidiano e de seu consumo. Conforme Baudrillard, “todo processo de consumo é comandado pela produção de modelos” (2007, p. 30).

Em consonância, Jameson atenta para a reflexão de que a produção estética hoje está integrada à produção de mercadorias em geral:

a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo (JAMESON, 1996, p. 30).

Além da perda do senso de história e da falta de profundidade como um novo tipo de superficialidade, colocadas como características formais do pós-modernismo, Jameson (1996, p. 43) também se refere a algo que chama de o “esmaecimento do afeto” na cultura pós-moderna, como uma desconstrução virtual da própria estética da expressão. Classifica a tecnologia da sociedade contemporânea como hipnótica e fascinante, com uma produção cultural predominantemente oral ou visual, com a ascensão das mídias e da indústria da propaganda.

Martín-Barbero afirma que

do mesmo modo a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir deles, ela ativa a competência cultural e ao seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 300-301).

Segundo Souza (2014, p. 37), “a lógica do capitalismo em suas variações rege a vida das empresas produtoras de telenovelas” (...) tendo como paradoxo a “tensão da regularidade, da recorrência com a novidade e a inovação”.

Neste contexto, entende-se que o *merchandising* social assume um caráter temático inovador, contextualizando o produto narrativo que é regular no que se refere ao seu caráter produtivo. Portanto, primeiramente, resgata-se o termo *merchandising*³⁷ como uma ferramenta de

³⁷ Vale salientar que termo *merchandising* (social ou não) é criticado por especialistas na área, tendo em vista o fato de ser erroneamente utilizado pela área de promoção de vendas. *Merchandising* pressupõe efetivamente a possibilidade de acesso ao produto mediante exposição ou manuseio do mesmo, o que não ocorre quando o produto é exposto na televisão. Neste sentido, trata-se de *Tie-in*. Portanto, visto que vem sendo utilizado de forma enviesada na área mercadológica, tal ruído também é incorporado na leitura desta prática social em telenovelas.

que o *marketing* dispõe para diferenciar a forma de atingir o público-alvo de uma determinada campanha. Da mesma forma, mostrou-se eficaz quando ambientado em telenovelas e minisséries, pois pode ser aderente ao enredo, fazendo parte da trama proposta pelo autor. Do ponto de vista estratégico, sob o olhar de Mintzberg reforçado por Pérez (2001), o *merchandising* pode ser associado como uma ferramenta de suporte aos objetivos organizacionais da Rede Globo, atendendo às dinâmicas de promoção da imagem da emissora.

De forma específica, *merchandising* social televisivo é, portanto, a “veiculação de mensagens educativas, reais ou ficcionais, nos enredos ou tramas das telenovelas, minisséries ou outros programas de entretenimento” (COMUNICARTE, 2006). Assim, o *merchandising* social se caracteriza pelas inserções planejadas e sistemáticas, com objetivos definidos, utilizando mensagens socioeducativas, com a intenção de educar ou mobilizar a sociedade com base nas campanhas ou temáticas discutidas nos gêneros narrativos. Segundo Schiavo (2002), *merchandising* social consiste na inserção intencional e motivada por estímulos externos, de questões sociais nas tramas das telenovelas:

Através do *merchandising* social, criam-se oportunidades para interagir com as telenovelas, compondo momentos da vida dos personagens e fazendo com que eles atuem como formadores de opinião e/ou como introdutores de inovações sociais. Enquanto estratégia de mudança de atitudes e adoção de novos comportamentos, o *merchandising* social é instrumento dos mais eficientes, tanto pelo elevado número de pessoas que atinge quanto pela forma como demonstra a efetividade do que é promovido (SCHIAVO, 2002, p.2).

Conforme dados do OBITEL³⁸ (2013), países do escopo de estudo do observatório continuam a exibir o *merchandising* comercial, também chamado de *product placement*, inserido nas tramas de suas ficções. Tal prática é proibida na Venezuela, mas é comum em países como Argentina, Brasil, Colômbia, México e Peru, tendo como intervalo de concentração de veiculação no chamado horário nobre. No que se refere às referências de ordem comercial, os produtos mais comumente anunciados são eletrodomésticos, alimentos e cosméticos.

A sua missão consiste em estudar roteiros de séries e de filmes para tentar inserir estrategicamente nos mesmos todo tipo de produtos comerciais. São assinados contratos dos quais todos são beneficiados: os anunciantes fazem propaganda

³⁸ Dados disponíveis na obra “Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos: anuário Obitel 2013”, Coordenado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Guillermo Orozco Gómez. Porto Alegre: Sulina, 2013.

camuflada e os produtos recebem uma boa quantia de dinheiro que contribui para o financiamento da obra. (...) A partir da identificação ou da projeção de sentimentos para os protagonistas, o espectador premiará tudo aquilo que eles comerem, beberem, vestirem, usarem, lerem (FERRÉS, 1998, p. 247).

Registros indicam que a primeira experiência oficial com *merchandising* em produções ficcionais foi em Beto Rockfeller, (1968 - TV Tupi, de Bráulio Pedrosa), tendo no protagonista Beto (Luís Gustavo) o consumo de um antiácido efervescente, chamado *Alka Seltzer* (da Bayer) quando amanhecia indisposto como consequência da ressaca das noites de farra. Em 1978, em *Dancin' Days* (de Gilberto Braga), Júlia Matos (personagem vivida por Sônia Braga), dançava numa boate diante de um letreiro luminoso da marca *Staroup* (CALAZANS, 2006).

A partir dessa época, a emissora começou a intensificar o uso do *merchandising*. Segundo Hamburger (2005), durante a década de 1980, o País era o décimo no mundo em produto interno bruto, mas o sétimo em investimentos em publicidade, num período onde acontecia uma forte repressão financeira. Um dos fatores que podem explicar esse investimento é o fato de que o Brasil passava, naquele momento, também por uma transformação urbana. Nesse sentido, observa-se que algumas novelas podem ter sido pensadas já com intuito de arrecadação publicitária, como o caso da novela *O Rei do Gado* (Rede Globo, 1996). Conforme relata Almeida (2003), em uma Feira de Exposições em Monte Claros (MG), foram distribuídos folhetos sobre a novela *O Rei do Gado*, afirmando que a TV era um excelente meio para divulgar produtos e insinuava a possibilidade do uso das marcas com apelo rural, se aproximando dos interesses dos anunciantes. Hoje, planos comerciais midiáticos fazem parte da estratégia da Rede Globo, sendo comumente utilizados em agências de publicidade para avaliarem *target*/perfil de audiência associado ao produto telenovela.

Quanto ao emprego do *merchandising* em telenovela, Castro (2005) indica que existem duas razões fundamentais: a influência que o gênero exerce na vida das pessoas (dimensão emocional e social) e a comprovada eficiência de comercialização que ela reitera (dimensão econômica). A autora continua, indicando que o *merchandising*

não só reflete sentimentos humanos, detonando um processo psíquico que atinge pessoas de diferentes classes sociais, através daquele universo de encanto proposto pela trama; como constitui um espaço de venda e de auxílio à venda, direta ou indireta, de tudo a ela relacionado. Com efeito, a telenovela é um espaço privilegiado de geração de novos estímulos e de consagração de conceitos, imagens e marcas, o que justifica a intensa associação da televisão

com o meio publicitário que, hoje em dia, compromete mais 50% do seu investimento nessa mídia (CASTRO, 2005, p.6).

O *merchandising*, portanto, “opera na tensão fantasia e realidade, pois entra no jogo da ficção proposta e, a partir daí, busca transformar o público em consumidor real, efetivo” (CASTRO, 2005, p. 12). Além disso, aproveita o momento de descontração do telespectador para impor-lhe produtos de consumo associando elementos de prazer, “somado à obscuridade e clareza, pois usa, na trama, recursos explícitos de divulgação ao lado de movimentos velados; simplicidade e malícia, porque se propõe, de forma aparentemente ingênua, a fazer insinuações sobre produtos / serviços, com a nítida intenção de gerar mudanças nos hábitos do consumidor” (*Ibidem*). A autora sublinha o perfil estratégico da prática do *merchandising*, pois tais elementos reforçam a busca pela audiência, portanto, na atração de anunciantes que, por sua vez, mantêm o padrão de qualidade das novelas, tendo em vista seu elevado custo de produção.

Ferrés (1998) negrita que no conceito de *product placement* é importante que os produtos sejam percebidos, mas que não devem ter um destaque demasiado para que não provoque rejeição. Segundo o autor, esse tipo de estratégia é eficaz, pois consegue chegar até o telespectador de maneira sutil, sem que ele perceba e rejeite a propaganda, além disso, permitindo a publicidade entrar no emocional do espectador. Esse ato é gerado porque transfere para os produtos o valor do personagem que o representa e essa transferência de valores além de gerar credibilidade para o produto, desperta o desejo e a sensação nos consumidores de *status*, de sentimentos que os personagens estão vivenciando naquela narrativa.

A prática de *merchandising*, para Rede Globo, é clara e fonte de receita. É possível identificar o posicionamento institucional da emissora sobre tal estratégia no Manual de Formatos Comerciais:

Inserção de produtos, marcas, promoções, serviços ou conceitos, da forma mais natural possível, dentro dos programas da Rede Globo, aproveitando a empatia entre personagens/apresentadores e o telespectador. Quanto mais a ação de *merchandising* se adequar à trama e aos personagens, maior será a sua eficácia. Por essas características, o *merchandising* confere autenticidade às cenas, o que possibilita mudanças no comportamento do público/consumidor, por meio de reversão de atitudes e hábitos de consumo. As ações de *merchandising* farão parte de um projeto formatado a partir de *briefing* detalhado elaborado pelo cliente/agência. Poderão conter estímulos visuais e textuais, ações conceituais, de compra e de uso/consumo ou eventos especiais (GLOBO, 2005, p. 36).

Corroborando com tal estratégia, Hamburger (2005, p. 174) indica que “pesquisadores de mercado e profissionais de novela argumentam que os telespectadores não só reconhecem a propaganda dentro da novela, como aprovam a prática quando a consideram bem inserida na história”. Sublinhando tal afirmação, em uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE, durante o período de fevereiro a março de 2012, é possível observar a percepção do telespectador em relação às estratégias de *merchandising*. O relatório indica que 73% dos entrevistados consideram que as ações mostram melhor as características e os benefícios do produto e 62% afirmam que o *merchandising* combina com novelas e séries (IBOPE, 2012). De forma específica, o olhar dos moradores de São Paulo é tratado na pesquisa, sendo que 78% dos paulistas estão vendo mais *merchandising* na TV do que antigamente, e 73% disseram que quando veem tal estratégia têm a impressão de que a marca e os produtos passam maior credibilidade e que esse tipo de propaganda mostra melhor as qualidades e características dos produtos.

Quanto às referências de ordem educativa – aqui se aciona/retoma o termo *merchandising* social –, a composição temática se constituía, em 2012, da seguinte forma:

um dos temas mais presentes foi a discriminação, abordada em ficções na Argentina, nas minisséries *El paraíso*, *Lós pibes del puente* e *La viuda de Rafael*; no Brasil, nas telenovelas *Avenida Brasil* e *Aquele beijo*; no México, na série *Kipatla: para tratarnos igual*, e no Peru, na série *Solamente milagros* (temporadas 1 e 2) e na minissérie *Conversando con la luna*. Também o *bullying* foi tratado na série *Graduados*, da Argentina, e na *soap opera Malhação* e na telenovela *Rebelde*, no Brasil. Os dois países também apresentaram em comum o tema da violência contra mulheres, na telenovela *Maltratadas*, da Argentina, e nas telenovelas *Vidas em jogo* e *Corações feridos*, do Brasil. O alcoolismo foi tema nas telenovelas *Rebelde* e *Corações feridos*, do Brasil, e em episódios da série *Tu decides*, na Venezuela (OBITEL, 2013, P.28).

Segundo dados de Motter e Jakubaszko (2008) houve um aumento expressivo das inserções dessa estratégia social nas telenovelas brasileiras nas últimas três décadas, chegando, nos dias atuais, a aparecerem em cerca de metade das obras. Um estudo de Schiavo (2006), diretor da Comunicarte³⁹ apresenta um levantamento de um intervalo de 10 anos do uso da estratégia pela Rede Globo, conforme observado no quadro a seguir.

³⁹ Em 2005, a Comunicarte e PMC-Brasil comemoraram 10 anos de parceria estratégica com a Rede Globo, que viabilizou o trabalho contínuo e sistematizado no campo do *merchandising* social, sob a direção de Marcio Ruiz Schiavo, consultor no desenvolvimento de estratégias de uso educativo da TV e das telenovelas. Antes de organizar sua própria empresa, Schiavo era consultor da Population Communication Internacional (PCI). Voltada para estudos

Quadro 7. Evolução do *Merchandising Social* 1996-2005

<i>Período Monitorado</i>	<i>SSR</i>		<i>Sexualidade</i>		<i>Drogas</i>		<i>Relações de Gênero</i>		<i>Questões Sociais</i>		<i>Total</i>
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	
1996	515	48,1%	196	18,3%	37	3,5%	---	0,0%	323	30,2%	1071
1997	513	48,4%	148	14,0%	47	4,4%	119	11,2%	232	21,9%	1059
1998	355	24,4%	145	10,0%	304	20,9%	143	9,8%	510	35,0%	1457
1999	258	28,9%	80	9,0%	286	32,1%	28	3,1%	240	26,9%	892
2000	47	8,1%	96	16,6%	51	8,8%	42	7,2%	344	59,3%	580
2001	77	15,9%	67	13,9%	29	6,0%	42	8,7%	268	55,5%	483
2002	238	16,9%	139	9,9%	273	19,4%	153	10,9%	607	43,0%	1410
2003	208	15,4%	159	11,7%	129	9,5%	257	19,0%	601	44,4%	1354
2004	73	7,2%	91	9,0%	28	2,8%	199	19,7%	617	61,2%	1008
2005	277	17,9%	544	35,1%	63	4,1%	135	8,7%	532	34,3%	1551
Total	2.561	23,6%	1.665	15,3%	1.247	11,5%	1.118	10,3%	4.274	39,3%	10.865

Fonte: adaptado de SCHIAVO, 2006 (p.4)

Schiavo (2006) indica que no período anterior ao sistematizado na Figura 4, entre 1990 a 1995, foram computados um total de 764 ações de *merchandising social*, com a média de 127 ações ao ano. Após esse período, houve um incremento, pois entre 1996 a 2005, foram computadas 10.865 ações, inseridas em cerca de 6.900 capítulos de 46 telenovelas. O autor comenta que “o grupo temático que apresentou o maior número de veiculações foi o de Questões Sociais, que teve um total de 4.274 cenas de *merchandising social*. Saúde Sexual e Reprodutiva veio logo a seguir, com 2.561 ações. Na sequência, surgem os grupos Sexualidade (com 1.665 ações), Abuso de Drogas (1.247 ações) e Relações de Gênero (1.118)” (SCHIAVO, 2006, p.3).

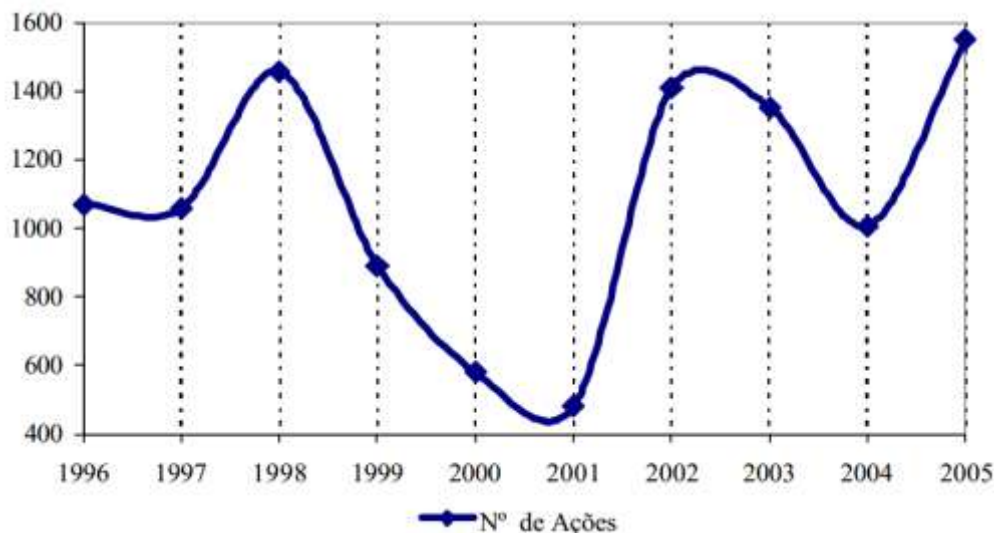
Organizando as informações de forma visual (Figura 5), é possível observar as curvas o *merchandising social* ao longo de uma década, apresentando uma variação do número de ações, que pode ser explicada, segundo Schiavo (2006), por uma série de influências, como: a) exibição de telenovelas de época, restringindo a possibilidade de inserção de temas sociais presentes na discussão correspondendo àquela atualidade; b) veiculação, neste mesmo intervalo de tempo, de melodramas contendo enredos inverossímeis e/ou humorísticos; c) estreia de telenovelas escritas

sobre capital social, a empresa tem sede em Los Angeles e iniciou suas atividades no Brasil em 1989. Naquele período, o *merchandising social* no país encontrava-se ainda em fase experimental, mantido à base de ações isoladas e dependentes da vocação de cada autor no manejo da questão. Salienta-se que a leitura dos dados se manteve com base no período até 2005, tendo em vista o acesso a essas informações sistematizadas somente nesse intervalo.

por autores que, naquela época, não estavam suficientemente envolvidos com as questões de *merchandising* social (como Carlos Lombardi e Sílvio de Abreu).

Percebe-se, portanto, que a inserção da estratégia de *merchandising* social está associada à política da emissora e ainda mais aderente ao perfil da autoria.

Figura 4. Gráfico da Evolução do *Merchandising* Social 1996-2005



Fonte: SCHIAVO, 2006 (p.5)

A chamada “onda social” profissionalizou-se na TV Globo a partir de 1997, quando a emissora criou um departamento próprio para gerenciar o apelo social de seus folhetins: a Divisão de *Merchandising* Social da TV Globo.

O que era ocasional (...) se tornou uma poderosa indústria, que ganha cada vez mais força na televisão. As ideias e as manifestações esporádicas de alguns autores deram espaço a uma grande equipe na Globo centrada em levantar oportunidades para inserir mensagens sociais nas tramas. Até um consultor especializado em marketing social é ferramenta dessa ‘linha de produção do bem’: Márcio Schiavo, diretor da empresa de marketing Comunicarte. Schiavo, que é especialista em merchandising presta consultoria ‘de graça’ para a Globo (O ESTADO DE S. PAULO⁴⁰, 2003).

Outro dado que corrobora com a força dessa estratégia assumida pela Rede Globo se dá pelo perfil da então diretora-geral durante o período de 1998 a 2002, Marluce Dias da Silva, que

⁴⁰ Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/asp09042003996.htm>, acessado em 16 de fevereiro de 2015. "Indústria do Social", copyright *O Estado de S. Paulo*, 6/04/03, por Etienne Jacintho e Keila Jimenez.

orientou autores a incluir *merchandising* social nas tramas. Tal norteador se constituiu no documento cunhado como "Política para o *Merchandising* Social - Sistematização de Projeto", tratando-se de um manual de procedimentos que orienta os autores a "priorizar ações promovidas pela própria Globo", conforme informações disponibilizadas na matéria publicada na Folha de São Paulo, que detalham o conteúdo do documento:

Tem forma esquemática, vários itens e é dividido em três partes principais: 1) Definição, Premissas e Objetivos; 2) Processo e 3) Sinergias e Resultados. Sua alma fica clara logo na primeira página: 'Merchandising Social (MS) é a inserção planejada -sistemática e com propósitos definidos- de mensagens sociais e educativas nas tramas e enredos das produções de teledramaturgia'.

Na página seguinte, a Globo se autoproclama 'a única fonte de informação e entretenimento para milhões', o que justificaria sua 'responsabilidade na difusão de conhecimentos'.

O documento diz ainda que não há veiculação do *Merchandising* Social a interesses econômicos, 'exceto benefício da imagem' (FOLHA DE SÃO PAULO, 2004⁴¹).

Assumindo tal posicionamento estratégico e ao fazer a transposição do *merchandising* social para a leitura da *Salve Jorge*, tem-se a presença do culto ao corpo e da mercantilização dele sem anuência da própria vítima, que ao ser aliciada, transforma-se em produto. Portanto, refletir sobre o culto ao corpo, atualmente, passa por pensar o papel da estética e sua presença na vida cotidiana.

Sublinha-se que, para a Rede Globo, o *merchandising* social é assumido de forma explícita na sua estratégia comercial e de produto. Luis Erlanger, Diretor da Central Globo de Comunicação, em entrevista à revista *ContraCampo*⁴², em 2006, indica que o *merchandising* é

(...) um recurso muito importante. O Manoel Carlos é o maior legislador fora do Congresso Nacional. Posso citar três leis que partiram de campanhas promovidas por novelas dele: o estatuto do desarmamento, o estatuto da terceira idade e o enquadramento da agressão doméstica como lesão corporal no código penal. Mas é bom salientar que nossas ações só prosperam se a sociedade concordar com elas: apoiamos a proibição da venda de armas e quebramos a cara no plebiscito. (CONTRACAMPO, 2006, p. 91. Erlanger, em entrevista por Felipe Pena).

⁴¹ Matéria de Laura Mattos sob o título: Globo faz operação para ter fama "do bem", publicada em 21 de maio de 2004. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2103200412.htm>, acessado em 18 de fevereiro de 2015.

⁴² Disponível em <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/545>, acessado em 8 de fevereiro de 2015. Revista *ContraCampo*; n. 15 (2006): Comunicação, Infância e Adolescência; 87-94.

O que mudou na inserção de conteúdo social nas novelas da TV Globo é que este movimento se tornou ostensivo, transformando o merchandising social em uma trama paralela dentro da própria trama. Nestes últimos dez anos, a Globo passou a ter metodologia. Prestamos uma assessoria temática aos autores, fornecendo subsídios para que o autor possa desenvolver um determinado tema que lhe interesse ou um assunto que seja plausível para a trama em questão. Eu e mais uma equipe de quatro pessoas organizamos esta área. Hoje, o merchandising social virou parte do processo de produção. Assim como se discute o elenco e a fotografia de cada novela, tornou-se habitual discutirmos também o merchandising social que irá permear toda a história (Entrevista de ERLANGER para REGINATTO⁴³, 2007, p.93).

Nesse sentido, todos os produtos de entretenimento são passíveis de investimentos promocionais que se traduzem em práticas de *merchandising*. A Rede Globo vem assumindo essa metodologia como estratégia de produto, incluindo equipes de pesquisa e acionando especialistas sobre os temas a serem abordados para buscar uma aproximação da ficção com a realidade. Os especialistas assumem o papel de consultores da equipe de autoria da telenovela, traduzindo sua realidade funcional/profissional ou vivencial para dentro da trama.

O *merchandising* social tem como objetivo fazer com que o espectador se coloque no lugar do outro, com o objetivo de colocar os assuntos em debate, fazer com o que um país discuta tendo como apelo a emoção, que une todos os níveis culturais ou sociais, ampliando as possibilidades de atenção ao produto televisivo.

A força da emissora é fato reforçado pelos índices de audiência. Além disso, ao assumir o conteúdo proposto pela telenovela, o telespectador considerado socialmente responsável, ao escolher um programa igualmente “do bem”, se orgulha por seu ato de inclusão passiva, da qual ele pode participar sem levantar da poltrona ou encarar a problemática em si, permanecendo sentado e na sua zona de conforto, características do espetáculo propiciado pela telenovela. Assim, “(...) uma ética da solidariedade só pode supor-se realizando o bem porque tem como pressuposto necessário o mal, isto é, a desigualdade e a injustiça sociais sem as quais parece não haver apelo a ações solidárias, as quais, enquanto imagens e, portanto, espetáculo, possuem valor de mercado e instituem a solidariedade no espaço do *marketing*” (CHAUÍ, 2004, p.1).

⁴³ REGINATTO, Giuliana Regina Amaral. Dissertação “Mercado social na TV Globo: o outro espetáculo do horário nobre”, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2007. Entrevista concedida à Giuliana Reginatto em 17 de maio de 2007, via telefone, por intermédio da Central Globo de Jornalismo (CGCOM)

Com base nesse valor de mercado tem-se como reflexão o poder da mídia em editar vidas e roteiros, trazendo para o debate temas sociais que se classificam na dimensão do *merchandising* social como estratégia mercadológica.

Ao promover a leitura dos pilares teóricos do presente capítulo, o estudo parte para sua concepção metodológica, que sistematiza os dados serem analisados e discutidos a seguir.

4. ABORDAGEM METODOLÓGICA

O presente capítulo se endereça para a apresentação metodológica, tendo como objeto ao tráfico de pessoas e sua abordagem em *Salve Jorge*, bem como a repercussão e o debate do tema nos espaços de circulação midiáticos e nas ações de políticas públicas e sociais. Para tanto, num primeiro momento, discute-se o referencial teórico acerca dos métodos e técnicas recorridos para a realização do estudo. De cunho qualitativo, inicia-se o trabalho com a realização de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental, seguida de um detalhamento do produto televisivo em questão. Para a esfera de análise, o estudo recorre às análises histórico-descritiva e crítica do discurso, as quais auxiliam a elencar as categorias de análise utilizadas na pesquisa. O *corpus* de pesquisa e um quadro-resumo estruturante compõe o fechamento do presente capítulo.

4.1 REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

A realização de pesquisa pode ser entendida como um processo no qual o pesquisador tem “uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo intrinsecamente inacabado e permanente”, pois realiza uma atividade de aproximações sucessivas da realidade, sendo que esta apresenta “uma carga histórica” e reflete posições frente à realidade (MINAYO, 1994, p.23). Para tal prática, inicia-se com a pesquisa bibliográfica, que se qualifica como um conjunto ordenado de procedimentos que auxiliam na identificação e obtenção de referências sobre o tema a ser pesquisado.

Como pesquisa bibliográfica entende-se o conjunto de procedimentos que visa a identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. [...] Pode também ser a etapa fundamental e primeira de uma pesquisa que utiliza dados empíricos, quando seu produto recebe a denominação de referencial teórico (STUMPF, 2009, p.51).

A pesquisa bibliográfica é, portanto, o planejamento inicial de todo trabalho acadêmico de pesquisa que é composto pelo problema e objetivos, revisão da literatura, hipóteses, metodologia, análise de dados e considerações finais. A revisão da literatura permeia continuamente todas as etapas, sendo possível ser realizada através da definição de termos ou palavras-chave,

selecionando possíveis fontes de consulta, como por exemplo, o acesso a sites, a resumos de trabalhos científicos, a catálogos de repositórios digitais, etc.

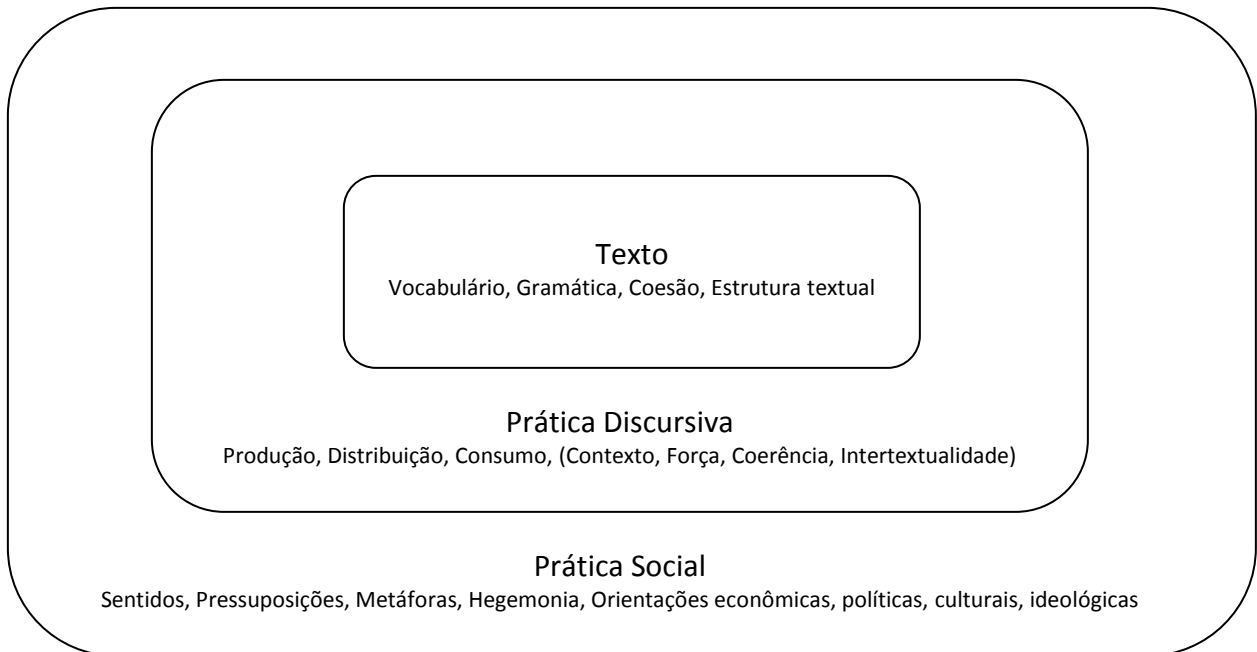
Soma-se ao processo de pesquisa a de cunho documental, que contempla, conforme Moreira (2009, p. 271) a “identificação, verificação e apreciação” de documentos referenciados nas diversas áreas do conhecimento, tanto para fins qualitativos como para quantitativos. A autora salienta que a análise documental não é uma tradição na área de comunicação no Brasil pela dificuldade em obtenção de documentos remotos ou de acesso restrito, de origem secundária. Tal situação se apresenta no presente estudo tendo em vista a sistematização dos dados no âmbito federal, esfera em que há uma certa morosidade no acesso às informações.

Para a análise dos discursos utiliza-se como referência a perspectiva de Norman Fairclough (2001), que nomina Análise Crítica do Discurso (ACD) uma abordagem da Teoria Social do Discurso, entendendo o evento discursivo num quadro tridimensional: texto, prática discursiva e prática social, conforme observado na Figura 6, a seguir.

Assim, a ACD estuda as interações sociais a partir da análise de textos, tendo como foco de pesquisa científica a mudança social a partir da mudança discursiva, no ponto em que uma implica a outra mutuamente.

A análise do discurso que focalize a variabilidade, a mudança e a luta: variabilidade entre as práticas e heterogeneidade entre elas como reflexo sincrônico de processos de mudança histórica que são moldados pela luta entre as forças sociais (FAIRCLOUGH, 2001, p. 58-59).

Figura 5. Concepção tridimensional do discurso



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de Fairclough (2001).

O autor indica que a prática discursiva é mediada por texto e prática social, sendo constituída tanto de maneira convencional como criativa. Ou seja, a prática discursiva é determinada pela prática social, mas também pode transformá-la em uma relação dialética de poder. A prática discursiva contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) e para transformá-la, e se manifesta na forma linguística, com o uso de textos ou imagens.

Ao incorporar essa linha de análise para a presente tese, localiza-se na telenovela um produto cujo discurso é híbrido por natureza. Ela apresenta uma mistura de sons, imagens e amplitude de abordagens em outros produtos midiáticos. Desse modo, o gênero televisivo utiliza um discurso heterogêneo, dialógico e também ideológico, que indica uma possibilidade de agir como transformador social (TRINDADE E MAURO, 2012).

Segundo Fairclough (2001, p.58) a “análise de discurso preocupa-se não apenas com as relações de poder no discurso (...) mas também com a maneira como as relações de poder e a luta de poder moldam e transformam as práticas discursivas de uma sociedade ou instituição”. Assim, a ACD auxilia na análise de meios de comunicação, depositando seu olhar não somente na análise do texto, mas também do discurso e do contexto, promovendo reflexões sobre a realidade social produzida. Assim, esta análise não é moldada no âmbito individual, mas no social. Ou seja,

Fairclough (2001, p. 90) propõe usar o termo “discurso” para designar “o uso de linguagem como forma de prática social”, o que implica tomá-lo como uma forma de ação. O autor reforça indicando que “o discurso é uma prática não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (p.91), estabelecendo as identidades sociais e as posições de sujeitos sociais.

A análise sugerida pelo autor é pertinente na medida em que permite relacionar propriedades dos textos e das imagens às propriedades sociais de eventos discursivos como dimensões de prática social. Desse modo, é possível focalizar os discursos das personagens analisadas da telenovela (os modos como suas ações são organizadas e os significados nelas presentes) em referência ao contexto político e sociocultural brasileiro (e até mesmo mundial), quando se faz referência ao Tráfico de Pessoas, tema presente na agenda pública.

Em continuidade à leitura da ACD, Fairclough indica a aplicação e desenvolvimento de sua proposta de análise de forma concreta, utilizando os conceitos de intertextualidade e interdiscursividade.

A intertextualidade manifesta é o caso em que se recorre explicitamente a outros textos específicos em um texto, enquanto interdiscursividade é uma questão de como um tipo de discurso é constituído por meio de uma combinação de elementos de ordens de discurso (FAIRCLOUGH, 2001, p. 152).

Dentre os elementos apresentados da construção teórica de Fairclough, destaca-se, o foco nas formas segundo as quais as relações sociais são exercidas e as identidades sociais são manifestadas no domínio discursivo da telenovela. No caso do objeto empírico deste trabalho as questões mencionadas mostram-se úteis para uma compreensão acerca dos modos de interação social estabelecidos entre os personagens, seus diferentes papéis e culturas, a leitura dos lugares e ambientações, a representação das instituições públicas, tendo como elemento central o Tráfico de Pessoas.

Observando as mudanças sociais possíveis, é possível destacar uma referência do autor ao lembrar sobre a importância em investigar outros discursos como a propaganda promovida pelo próprio Estado:

Um aspecto da mudança discursiva que é talvez menos óbvio do que os outros, mas que pode valer à pena investigar, é a mudança na textura e na coesão: será o caso, por exemplo, de investigar que tipos de informação pública colonizada pela propaganda (um exemplo é a propaganda governamental em questões como a

Aids) manifestam mudanças nesses aspectos, e, se assim for, como essas mudanças poderiam ser ligadas a outras que ocorrem nos modos de racionalidade e de *ethos* (FAIRCLOUGH, 2001, p.217).

O discurso, na telenovela é registrado não apenas pelas imagens, mas também pela experiência das personagens que foram vítimas do tráfico e testemunhas reais. A mistura de realidade e ficção confere à novela a dualidade da gestão do discurso situado entre o público e privado na própria ficção.

Soma-se a isso, o estudo da tridimensionalidade nas práticas de governo, nas campanhas sociais e religiosas relacionadas ao Tráfico de Pessoas, atentando para a repercussão dessa teia midiática estabelecida, tendo como elemento central o tema social.

A seguir, busca-se apresentar as categorias aprofundadas na pesquisa, associando o olhar de Fairclough ao objeto de análise da tese.

4.2 CATEGORIAS DE ANÁLISE

Partindo da fundamentação teórica do tratamento realizado sobre o objeto desta pesquisa, indicam-se as categorias de análise, sendo elas consideradas a lente analítica para as próximas etapas.

Conforme o traçado nas hipóteses supõe-se que o paradoxo da visibilidade do tema existe, pois, ao mesmo tempo em que a novela auxilia na divulgação do Tráfico de Pessoas, ao romantizá-lo, pode diminuir seu impacto como problema social, até mesmo neutralizá-lo, transformando-o em um produto editado e editável. Assim, tem-se a categoria da dramatização (reificação) do tráfico de pessoas. Há uma neutralização ou hibridação do tema, sendo que na novela o problema é romanceado para dar ênfase ao discurso natural do melodrama, portanto, retratado como ficção, mas com efeitos de realidade para seu emissor. Entende-se que há uma redução do tema em prol da narrativa própria do melodrama. O tema é levantado, linearizado em cenas, o bem se sobrepõe ao mal, mas não encerra a discussão do problema social.

A segunda categoria analítica é observada na repercussão e no debate promovidos a partir de *Salve Jorge*, sendo que o Tráfico de Pessoas está associado ao tensionamento entre interesse público e privado, tendo em vista que o tema apresenta sua projeção estabelecida pelo espaço da telenovela por intermédio da Rede Globo. A dinâmica ficcional e mercadológica é que promove a

temática de interesse público, podendo gerar maior repercussão que as próprias ações de políticas públicas. Soma-se a essa reflexão a análise da permanência do tema na mídia, acompanhando a visibilidade das campanhas promovidas pelo Governo Federal e pelas entidades religiosas ou civis referentes ao tema, visto que o Tráfico de Pessoas não deveria se encerrar seu espaço de debate somente por intermédio da trama.

Como elementos de discussão, percebe-se a mercantilização do tema, pois a vitalidade ou a manutenção do debate são dependentes dos investimentos mercadológicos e dramaturgicos, mais do que a sua importância como problema público. Vale salientar que nas relações sociais estabelecidas no enredo da telenovela, ao mesmo tempo em que há uma apresentação do Tráfico de Pessoas na trama, o próprio produto televisivo exporta a cultura e características brasileiras, como sensualidade e culto ao corpo, ampliando o olhar do aliciador para o país, associado aos fatores econômicos que potencializam o discurso de oportunidade para as aliciadas.

Nesse sentido, apresenta-se a lógica de análise realizada no presente estudo, tendo como base a concepção tridimensional de Fairclough (2001), conforme observado no Quadro 7.

Quadro 8. Abordagem tridimensional do Tráfico de Pessoas

TRÁFICO DE PESSOAS (Tema e Discurso)	DRAMATIZAÇÃO	REPERCUSSÃO E DEBATE			
	<i>Salve Jorge</i>	Repercussão Midiática	Ação do Estado / Legislação	ONG Coração Azul	Igreja/ CNBB
TEXTO Vocabulário, Gramática, Coesão, Estrutura textual	Capítulos e sinopses e produção transmidiática	Matérias em TV, Jornal e Revistas	Campanhas Publicações Jurídicas Indicadores de Disque denúncia	Campanha Blue Heart	Campanha da Fraternida- de
PRÁTICAS DISCURSIVAS Produção, Distri- buição, Consumo, Contexto, Força, Coerência, Intertextualidade	Formato Produção Ênfase mercadológica e audiência	Formato Enfoque: político, social, entretenimen- to	Produção Distribuição Força	Formatos Produção Contexto	Formatos Produção Contexto
PRÁTICA SOCIAL Sentidos, Pressu- posições, Metáfo- ras, Hegemonia, Orientações: eco- nômicas, políticas, culturais, ideológicas	Metáfora da narrativa e envolvimento com a audiência	Hegemonia do veículo Orientação: política, ideológica, econômica	Orientação política, cultural. Número de denúncias	Orientação ideológica, social	Orientação religiosa, social

Fonte: elaborado pela autora.

Desse modo, analisa-se o discurso do tráfico de pessoas de acordo com a circulação do tema nas diversas instâncias, observando sua dinâmica de representação, de identificação e de ação que podem surgir a partir do acionamento desses espaços, de forma individual ou com atravessamentos.

A seguir, é apresentado o *corpus* e os procedimentos de pesquisa, trazendo de forma esquemática uma adaptação ao modelo da ACD proposto por Fairclough (2001).

4.3 CORPUS DE PESQUISA

A estrutura do *corpus* do estudo caracteriza-se como um recorte de um universo a ser pesquisado, buscando que o mesmo represente o todo para atingir os objetivos propostos. No presente estudo, o universo é amplo, pois não se restringe à origem de um único agente formador de conteúdo. Em termos de caracterização, o universo de pesquisa se dá como todos os elementos que apresentam o tráfico de pessoas como objeto analítico.

Nesse sentido, o *corpus* de pesquisa da tese se localiza na transversalidade temporal da trama, tendo em vista o período de veiculação da novela e a observação de repercussões a partir dela. Para tanto, o estudo tem como elementos-base de sua análise, informações de origem através da pesquisa documental e bibliográfica, associada à análise crítica do discurso, conforme observado no quadro que segue.

Quadro 9. Corpus de Pesquisa

ESPAÇOS DE CIRCULAÇÃO DO DISCURSO SOBRE O TRÁFICO DE PESSOAS	FONTE	ANO	RECORTE
Dramaturgia	Sinopses e trechos disponibilizados no site Youtube ou DailyMotion	2012-2013	Núcleos dramáticos, conforme ilustrados nas sinopses da novela e no plano comercial da Rede Globo.
Promoção da Salve Jorge	Site da novela (Rede Globo)	2012-2014	Conteúdo transmídia no site da Rede Globo – especificamente na página da novela Salve Jorge
Ações legais	Ministério da Justiça Secretaria de Direitos Humanos ONU - UNODC	2011-2014	Documentos: Levantamento do Disque Denúncia (Ligue 180) Levantamento do Disque Salve Indicadores de Tráfico de Pessoas para fins de Exploração Sexual (âmbito nacional) Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – Ministério da Justiça I Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – Ministério da Justiça II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – Ministério da Justiça Global Report on Trafficking in Persons – ONU
Campanhas religiosas	Campanha CNBB	2014	Cartilha e Peças criadas para a Campanha da Fraternidade de 2014
Campanhas sociais	Campanha Coração Azul	2014	Peças da campanha <i>Blue Heart</i> em âmbito nacional
Repercussão Midiática	Sites: G1, Folha de São Paulo, Zero Hora, Marie Claire, Caros Amigos, Veja e GloboNews	2012-2014	Busca por palavras como “Tráfico de Pessoas”, <i>Salve Jorge</i> , Escravidão Humana, etc. Em portais de referência nacional Tais veículos foram selecionados tendo como elementos de justificativa a circulação e a relevância em nível regional e nacional, representando uma parcela da produção da imprensa do País.

Fonte: elaborado pela autora.

A análise do discurso da telenovela apresenta como seleção a leitura de seus arcos narrativos, retirados e interpretados por intermédio das sinopses publicadas nas peças da Rede Globo referente à novela, como o plano comercial, por exemplo, somando aos acessos de frações de capítulos disponibilizados na internet e site G1.

Do discurso da comunicação das políticas públicas, têm-se como referência os sites do Ministério da Justiça, ONU e UNODC, tendo como extração as informações publicadas nos

clippings dessas organizações, portanto, de consulta pública e aberta. Já, do discurso da apropriação midiática sobre o tema pela imprensa e sua reverberação, se fez pelo levantamento por uso de palavras-chave⁴⁴ em *clippings* de jornais e revistas de grande circulação regional e nacional, tendo como elemento principal a projeção do tema na cobertura jornalística.

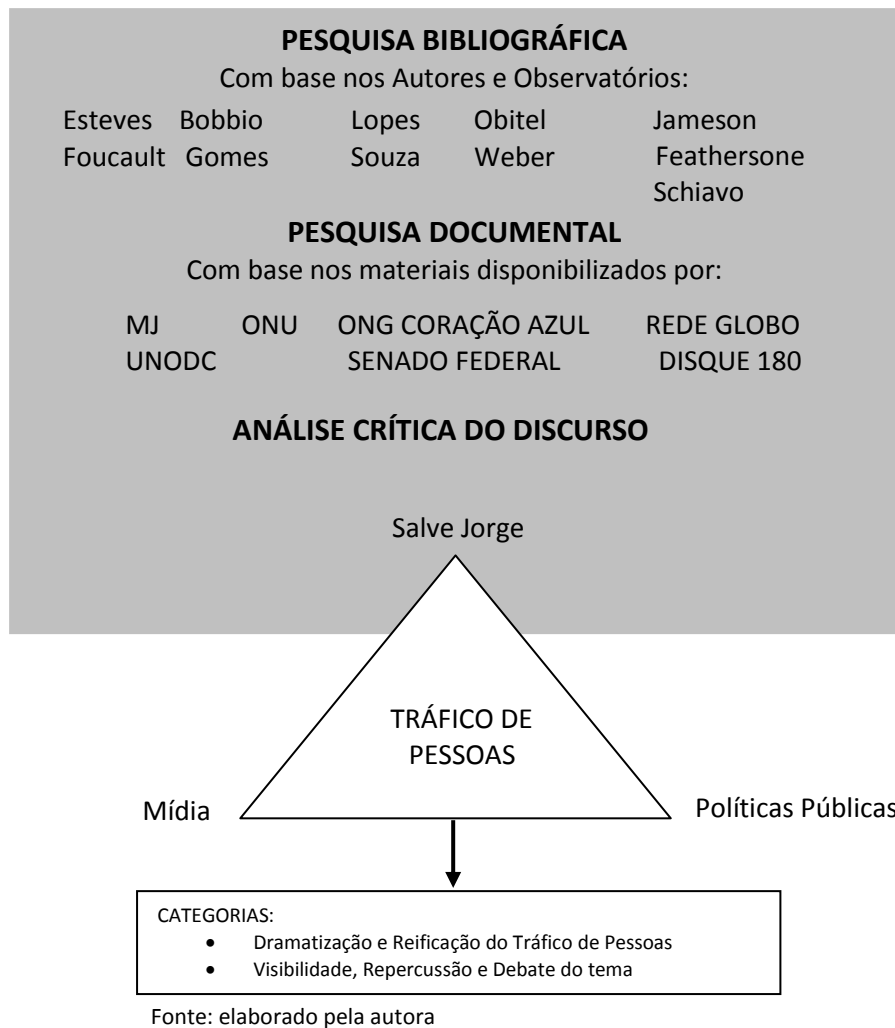
4.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O primeiro esforço da pesquisa se direciona na organização dos procedimentos metodológicos. Além da pesquisa bibliográfica e documental previamente indicadas, o estudo conta com conteúdos complementares.

Tanto a telenovela quanto as informações disseminadas pelo Governo Federal e a cobertura midiática sobre Tráfico de Pessoas são discursos que possuem orientações variadas dependendo do cunho político, social e mercadológico. Assim, pode-se sintetizar o procedimento metodológico na Figura 7.

⁴⁴ Palavras-chave: tráfico de pessoas, tráfico humano, escravidão humana, *Salve Jorge*.

Figura 6. Esquema do procedimento de pesquisa



É importante observar que Fairclough (2001, p. 114) indica que é útil acentuar que não é apenas o “texto” que molda a interpretação, mas também os outros textos que os intérpretes fazem. Nesse sentido, reforça-se a importância de iniciar o olhar de análise sob a ótica da telenovela, que reinterpreta o conteúdo de política pública e o ambiente na ficção, mas que também promove sentido. Sublinha-se a necessidade de perceber o texto relacionado ao seu contexto, pois a intertextualidade pode justificar que o discurso político se transforma em reportagem ou em conteúdo de entretenimento. Assim, a ACD reforça sua relevância na análise de processos de comunicação e auxilia o presente estudo quando se promove uma reflexão das práticas sociais para encontrar relações entre aspectos públicos e privados.

O primeiro movimento para a realização da análise crítica do discurso se dá na descrição dos núcleos e arcos dramáticos da telenovela *Salve Jorge*, contextualizando a relevância do tema Tráfico de Pessoas na trama, além de apresentar o estilo autoral de Glória Perez, que assina esse produto melodramático. A estratégia de comercialização da telenovela é apontada, bem como o indicativo de veiculação internacional desse produto para outros países de língua portuguesa e/ou espanhola. A categoria da dramatização, portanto, é contemplada nesse percurso analítico-descritivo, tendo como ênfase o discurso do produto *Salve Jorge*, conforme a concepção tridimensional proposta por Fairclough (2001), associado ao discurso promocional inerente à própria telenovela como elemento comercial da emissora.

Fairclough (2001, p.106) indica que a prática discursiva “envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais” e exemplifica informando que

os textos são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos: um artigo de jornal é produzido mediante rotinas complexas de natureza coletiva por um grupo cujos membros estão envolvidos variavelmente em seus diferentes estágios de produção – no acesso a fontes, tais como nas reportagens das agências de notícias, na transformação dessas fontes (...) na primeira versão de uma reportagem, na decisão sobre o local do jornal em que entra na reportagem e na edição da reportagem (FAIRCLOUGH, 2001, p.107).

Nesse sentido, a prática discursiva oferece uma amplitude de variação analítica, tanto de ordem de produção como de consumo. No capítulo que segue, se discute a dramatização do Tráfico de Pessoas em *Salve Jorge*, buscando antecipar a leitura parcial dessas fontes, relacionando-as com a referência teórica filiada no presente estudo.

O capítulo seguinte traz como elemento prioritário a análise da repercussão do tema em outras esferas, sendo possível realizar um cotejar entre as produções do entretenimento com os demais discursos de ordem governamental, social, religioso e midiático, cumprindo com o propósito da tese.

5. SALVE JORGE: DRAMATIZAÇÃO DO TRÁFICO DE PESSOAS

Escrita por Glória Perez e sob direção de Marcos Schechtman e Fred Mayrink, *Salve Jorge* estreou às 21h, na TV Globo, no dia 22 de outubro de 2012, e permaneceu no ar até 17 de maio de 2013 (com reprise do último capítulo no dia 18 de maio), com um total de 179 capítulos e uma média de 33,6 de audiência. Como tema principal, a telenovela apresentou o Tráfico de Pessoas e uma abrangência geográfica localizada entre Rio de Janeiro e Turquia (mesclando cenas da Capadócia e de Istambul).

Na trama central, a protagonista Morena (Nanda Costa), moradora do Complexo do Alemão (RJ) – um dos cenários da trama, incluindo o contexto de pacificação do morro com a inserção da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) –, é vítima de uma quadrilha de tráfico de pessoas comandada por Lívia Marine (Cláudia Raia). Atraída pela proposta de trabalho no exterior oferecida por Wanda (Totia Meirelles), que faz parte da quadrilha de Lívia, Morena muda-se para Turquia e, ao chegar, a brasileira percebe que foi enganada e terá que se submeter à prostituição em um bordel, assim como outras jovens traficadas pela rede criminosa.

Compondo o núcleo das traficadas, além de Morena, estão Jéssica (Carolina Dieckmann), Rosângela (Paloma Bernardi) e Waleska (Larissa Dias), jovens que também foram enganadas. A trama se desenvolve na contínua busca de fuga por parte de Morena, sempre associada ao medo de denunciar a máfia tanto para a polícia, como também de revelar a prostituição forçada dentro da própria casa ou temendo pela segurança de sua família, tendo em vista uma possível vingança da quadrilha.

Com enfoque no tráfico, a novela mostra o trabalho da Polícia Federal em quebrar o esquema da quadrilha com a personagem da delegada Heloísa (Giovanna Antonelli), que lidera as investigações para desmembrar e prender os aliciadores. Além deste contexto de prostituição, tem-se o tráfico de bebês e crianças, acompanhando na trama a vida de uma jovem Aisha (Dani Monteiro) que, quando recém-nascida, foi roubada por uma aliciadora e adotada por uma família turca e quer descobrir sua história biológica. No decorrer de alguns capítulos, depoimentos reais foram sendo inseridos com pessoas que viveram ou acompanharam de perto o drama de quem foi sequestrado ou levado para adoção internacional ilegal, interagindo, em alguns momentos, com alguns personagens da telenovela.

Outra questão social discutida em *Salve Jorge* foi a alienação parental. Na trama, a personagem Raissa (Júlia Malheiros) é manipulada pelo pai Celso (Caco Ciocler) a evitar a companhia da mãe Antonia (Letícia Spiller). Celso tenta colocar a filha contra a própria mãe dizendo que ela foi abandonada.

Como toda telenovela, os conflitos giram em torno de romances, sendo o principal par romântico formado pelo casal Morena e o capitão do Exército Théo (Rodrigo Lombardi). O produto ficcional tem a assinatura de Glória Perez, conhecida por suas histórias que, por vezes, antecipam a discussão de determinados assuntos na sociedade, utilizando de forma recorrente a estratégia do *merchandising* social. A seguir, apresenta-se sua trajetória no entretenimento.

5.1 A AUTORA GLÓRIA PEREZ: TRAJETÓRIA E ESTILO

Gloria Maria Rebelo Ferrante Perez⁴⁵ nasceu no dia 25 de setembro de 1948, no Rio de Janeiro. Conforme dados do portal Memória Globo⁴⁶, a primeira experiência na televisão foi na Globo, como pesquisadora de texto na novela *Memórias de Amor*, em 1979 (MEMÓRIA GLOBO, 2008). No mesmo ano, escreveu a sinopse para um episódio do seriado *Malu Mulher*. O episódio não chegou a ser gravado mas, anos depois, chamou a atenção de Janete Clair, que convidou Gloria para trabalhar como sua assistente na novela *Eu Prometo* (1983). Estrelada por Francisco Cuoco, no papel do deputado Lucas Cantomaia, a novela abordava os bastidores da política nacional e foi o último trabalho de Janete Clair. Com o afastamento da principal autora de telenovelas da Globo, que morreu no final daquele ano vítima de câncer, Gloria Perez teve que terminar de escrever sozinha a trama, sob a supervisão de Dias Gomes.

Partido Alto (1984) foi a primeira obra em que a autora utilizou o recurso de misturar no enredo a realidade com a ficção. Naquele contexto, a crítica ao transporte público de um bairro na zona norte do Rio de Janeiro é que ganhou espaço. “A possibilidade de levar ao grande público sua forma de compreender a vida fez a novelista desenvolver um estilo que se tornou marca registrada: a inserção de campanhas sociais em suas tramas” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p.426).

⁴⁵ Filha de acreanos, com apenas um mês de idade, retornou a Rio Branco onde permaneceu até os 16 anos. Em seguida, mudou-se com a família para Brasília, depois para São Paulo e, finalmente, para o Rio de Janeiro, onde se casou. cursou direito e filosofia na Universidade de Brasília e formou-se em história na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

⁴⁶ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/gloria-perez/trajetoria.htm>, acessado em 02 de fevereiro de 2015.

Tal característica implicou em situações de adiamentos de algumas produções, como foi o caso de *Barriga de Aluguel* (gravada em 1990), pois sua sinopse foi aprovada alguns anos depois. “Na época, pouco se falava de mulheres que alugava o útero para gerar o filho de outra. Aconteceu o costumeiro em relação às minhas tramas: causou polêmica. ‘Que história louca, isso não existe’, diziam. Tiveram medo. Barriga de Aluguel ficou seis anos engavetada” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p.426).

A seguir, apresenta-se o quadro com a produção de Glória Perez na TV Globo.

Quadro 10. Produção de Glória Perez na TV Globo

Novelas

Eu Prometo (1983)
Partido Alto (1984)
Barriga de Aluguel (1990)
De Corpo e Alma (1992)
Explode Coração (1995)
Pecado Capital (remake, 1998)
O Clone (2001)
América (2005)
Caminho das Índias (2009)
Salve Jorge (2012)

Minisséries

Desejo (1990)
Hilda Furacão (1998)
Amazônia - De Galvez a Chico Mendes (2007)
O Canto da Sereia (2013) supervisão de texto
Dupla Identidade (2015)

Seriados

Mulher (1998)

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do Portal Memória Globo.

A autora apresenta um lastro de premiações significativo. Segundo dados do portal Memória Globo, em 2001, com a novela *O Clone*, Glória foi homenageada pela Associação Brasileira de Alcoolismo e Drogas (Abrad) e recebeu o prêmio de Personalidade do Ano de 2002, conferido pelo Conselho Estadual Antidrogas (Cead/RJ). Em 2003, junto com o diretor Jayme Monjardim, a autora foi reconhecida pelos principais órgãos norte-americanos responsáveis pelo controle do narcotráfico, o FBI e a *Drug Enforcement Administration* (Dea), pela campanha realizada na mesma novela.

Em 2009, com a *Caminho das Índias*, recebeu o Prêmio *Emmy International*, considerado o *Oscar* da televisão mundial. Em 2012, na sua décima novela, surge *Salve Jorge*, contendo

novamente o olhar de ação socioeducativa para combater o tráfico de pessoas relacionado à exploração sexual, ao trabalho doméstico e à adoção ilegal.

Glória Perez afirma que além de ser uma marca, o *merchandising* social foi uma inovação sua, uma estratégia em que ela conseguiu aproveitar com base no seu olhar como dramaturga e sua trajetória acadêmica pela história. “Eu introduzi essas campanhas nas novelas, embora não tenha dado a elas esse título. Fui muito criticada na época. (...) Hoje, o *merchandising* social está institucionalizado, e me orgulho muito de que ele tenha a minha assinatura” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 440). A autora sublinha também a importância de saber seu limite.

A grande crônica do cotidiano brasileiro, sem dúvida, é feita pelas novelas. E a verdade é que elas têm tido, entre nós, um papel que ultrapassa os limites do entretenimento, ainda que essa não seja a sua função, e ainda que o investimento nisso nada tenha a ver com sua excelência. É muito bom que se compreenda esse limite da dramaturgia. Caso contrário, será cobrado o que, na verdade, cabe às instituições, como a educação, por exemplo. Triste o país em que se cobra da indústria de entretenimento aquilo que cabe às escolas! (...) Uma campanha levada em novela terá sua eficiência, claro, mas o limite da eficiência vai depender de como as instituições respondam a esse momento favorável. Na prática, o que tem acontecido é que, quando a novela termina, vira-se a página, e tudo acaba voltando ao ponto em que estava anteriormente (Entrevista com Glória Perez, em MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 440-441).

A leitura é complementada no que se refere à produção de sentido da trama. “Nada pior do que uma novela interromper a narrativa para fazer citações ou dar lições de qualquer coisa” (p. 444).

Como reflexão dos resultados que a novela oferece ao trazer o debate social em seu enredo, tem-se o exemplo inverso com a novela *Caminho das Índias*, veiculada em 2009, que retratou uma paixão proibida entre dois indianos de castas diferentes, trazendo representações culturais das famílias indianas e das relações matrimoniais romanceadas, como a dos personagens Raj (Rodrigo Lombardi) e Maia (Juliana Paes). Uma reportagem da Folha de São Paulo⁴⁷ demonstrou o alto crédito dado pelas telespectadoras brasileiras às representações dos homens indianos em *Caminho das Índias*, que foram idealizados com o caráter do personagem Raj e recebem propostas de casamento pela internet.

⁴⁷ Matéria publicada em 11 de junho de 2012. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/48127-paixoes-indianas-poem-os-diplomatas-em-alerta.shtml>>, acessado em 4 de fevereiro de 2015.

A partir de 2010, a Embaixada do Brasil em Nova Déli começou a receber demandas por auxílio financeiro para o retorno das brasileiras, apoio jurídico em casos de conflitos e registros de casamento indo-brasileiros [...] A popularização do Orkut e do Facebook, em que predominam brasileiros e indianos, e a novela "Caminho das Índias", exibida em 2009 pela Rede Globo, são apontadas pelo Itamaraty como os catalisadores do fenômeno. "Raj [protagonista da novela, vivido pelo ator Rodrigo Lombardi], esse cara é o meu problema. O personagem da novela se materializou no Orkut" - Marcelo Ferraz, diplomata da Divisão de Assuntos Consulares em Brasília (FOLHA DE SÃO PAULO, 2012).

A telenovela, portanto, pode gerar vários efeitos que extrapolam sua produção, porém, a ênfase do *merchandising* social está no cuidado em gerar interpretações associadas ao contexto daquela problemática que é estudada de forma intensa pelos autores e equipe de pesquisadores.

No que se refere à novela *Salve Jorge*, Glória Perez afirmou⁴⁸ que ela buscava conscientizar sobre o tráfico internacional de seres humanos e dar visibilidade às vítimas. "O tráfico de pessoas é um problema mundial e uma das formas mais rentáveis da criminalidade. Ainda assim, tem permanecido invisível e é tido como lenda urbana". Além de dar luz ao crime do tráfico, a autora discutiu o preconceito vivido pelas traficadas, que são estigmatizadas pela moralidade social e marginalizadas por terem se prostituído. Para a preparação da novela, *workshops* foram realizados. Alguns foram abertos à imprensa e foi possível conhecer algumas mulheres que viveram o aliciamento. "Todas reclamaram da forma como foram recebidas de volta, como se tivesse culpa pelo que passaram. As famílias fazem um pacto de silêncio para esconder a vergonha", indica Astuto⁴⁹(2012).

Quanto ao processo de escolha do tema social a ser retratado na novela, pode-se dizer que ainda é subjetivo. Glória Perez afirma que "o tema procura você" e relata:

Na época de Explode Coração, eu passava pela Cinelândia e via aquelas mães sentadas nos degraus da Assembleia Legislativa do Rio com as fotografias dos filhos nas mãos, na esperança de que algum passante pudesse lhes dar uma notícia. A maioria passava apressada e nem sequer olhava. Eu olhei. E compreendi logo que, se o rosto daquelas crianças aparecesse na TV, estando elas vivas ou não, haveria grande chance de que fossem localizadas. Se eu ia contar uma história, por que não introduzir uma daquelas mães como personagens? (Entrevista com Glória Perez, em MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 445).

⁴⁸ Entrevista disponível em <<http://pt.globalvoicesonline.org/2013/01/04/trafico-humano-para-exploracao-sexual-em-debate-no-brasil/>>, acessado em 4 de fevereiro de 2015.

⁴⁹ Bruno Astuto, colunista da Editora Globo. Disponível em <<http://colunas.revistaepoca.globo.com/brunoastuto/2012/10/21/a-hipocrisia-alimenta-o-trafico-de-mulheres/>>, acessado em 5 de fevereiro de 2015.

Nesse sentido, percebe-se que há uma preocupação com o impacto das campanhas sociais, porém, não há uma explicitação do peso dessa prática para o controle de audiência. Glória Perez afirma que “faço campanhas para ver o resultado, não para ganhar Ipobe” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 444). A autora reforça que a novela denuncia uma realidade. Durante o período da veiculação do mesmo folhetim (*Explode Coração*), houve a iniciativa da abertura de uma delegacia especial para desaparecidos no Rio de Janeiro. Porém, “teria sido uma grande conquista, mas na verdade, fomos iludidas. (...) Fomos todas, eu e as mães dos desaparecidos à inauguração da nova delegacia. Só que, um mês depois, a novela acabou, e a delegacia nunca chegou a ser realmente aberta. Foi um cenário montado para aquelas fotos” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 445). Pode-se perceber que há um aproveitamento do poder público da agenda da narrativa, buscando eventual visibilidade de ações públicas. Nesse caso, a realidade não passou da ficção.

Glória Perez apresenta, portanto, uma postura congruente com a linha de ser socialmente responsável que a TV Globo busca se posicionar, sendo ela (a autora) conhecida por ser adepta à panfletagem social por meio da ficção. E afirma,

Quando faço campanhas nas minhas novelas, sei que estou passeando por um espaço que não é meu, é do jornalismo. Ao levar uma pessoa para dar um depoimento real em uma novela, estou levando o jornalismo para dentro da novela. Até porque é muito comum que um autor se inspire no jornalismo (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 446).

O poder de uma campanha de novela se limita a isso: colocar o assunto em discussão, fazer com que o país inteiro o debata, abrindo as portas para os especialistas entrarem em campo e fazerem o que deve ser feito, aproveitando o momento de mobilização da sociedade. Se aquele momento não for aproveitado pelas instituições, a novela acaba, e a discussão também (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 458).

No que se refere ao processo de pesquisa dos diversos temas que a autora aborda, ela indica que conta com uma equipe de três pesquisadoras que a acompanham na primeira abordagem de campo e depois se segmentam conforme os núcleos da trama. Mesmo que procure ser fiel aos olhares da cultura que retrata, é necessário fazer adaptações “porque o trabalho ficcional precisa de uma certa distorção para transmitir a realidade. Tivemos até que falsear a geografia” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 467). Além de uma equipe de pesquisadores, a autora conta com consultores, que são pessoas que temporariamente são acionados para avaliar algumas

cejas e oferecer um detalhamento de determinada cultura ou situações legais a serem tratadas, pois “(...) quando se fala de assuntos delicados, é tão importante contar com a colaboração de consultores, de pessoas que não vão deixar que você cometa nenhuma falha irreparável” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 468).

A novela *Salve Jorge* recebeu orientação de alguns consultores. Um deles foi o delegado da Polícia Federal, Dr. Luciano Dornelas⁵⁰, que acompanhou os últimos capítulos orientando a personagem de Giovana Antonelli (delegada Helô). Para o macrotema Tráfico de Pessoas, Glória Perez contou com a orientação de diversos profissionais, dentre eles, Jaqueline Leite, que criou, em 1994, o Centro Humanitário de Apoio à Mulher (Chame), em Salvador, sendo referência sobre o tema. “Jaqueline foi para Viena (Áustria), em 1984, com a filha pequena, acompanhar o então marido, músico. Deu aula de português, cantou na noite, foi guia de turismo, fez faxina, limpou casas. Até que conheceu uma suíça que trabalhava em Zurique numa ONG de ajuda a vítimas do tráfico humano e passou a traduzir os panfletos” Jaqueline afirma que “quando as mulheres já estão lá não há muito o que fazer. Faltava um trabalho de prevenção no Brasil”, diz ela ao ser entrevistada pelo jornal *O Globo*⁵¹ (2013) relatando sua experiência ao colaborar com Glória e com a pesquisadora da novela, Julia Laks⁵².

Em outras entrevistas, Glória Perez indica a inspiração do tema Tráfico de Pessoas:

Os meus temas surgem muito de leituras de jornal, pequenas notícias, que não chamam atenção de muita gente. Eu passava pelos cartazes de aeroporto e nunca prestava atenção, e via que ninguém olhava para aquilo. Comecei a me interessar, a me aprofundar. É um crime invisível cometido com pessoas invisíveis, que ninguém se importa com o que acontece com elas, que não vão virar capa de jornal. (...) É um crime que as pessoas têm muito medo de denunciar, porque elas estão em uma pressão muito grande. É um número que não dá para botar em estatística (GSHOW, 2013)⁵³.

⁵⁰Disponível em <<http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/novelas/noticia/2013/05/delegado-empresta-colete-para-antonelli-gravar-cenas-finais-de-helo-em-salve-jorge.html>>, acessado em 8 de fevereiro de 2015.

⁵¹ Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/doi-cafes-a-conta-com-jaqueline-leite-6210591>>, publicado em 28 de janeiro de 2013 e acessado em 4 de fevereiro de 2015.

⁵² Contratada pela área de Desenvolvimento e Acompanhamento Artístico da TV Globo, Júlia trabalhou como Pesquisadora de Texto, colaborando diretamente com a autora. Foi responsável pela pesquisa de campo sobre o tráfico humano (para fins sexuais, de adoção ilegal e trabalho escravo), o Complexo do Alemão, o Exército Brasileiro e as Polícias Civil e Federal. Encontrou e entrevistou também todas as vítimas de tráfico que deram depoimentos reais ao longo da trama.

⁵³ Entrevista de Glória Perez ao programa *Mais Você*, da Rede Globo, disponível em <<http://gshow.globo.com/programas/mais-voce/O-programa/noticia/2013/05/meus-temas-surgem-de-pequenas-noticias-de-jornal-explica-gloria-perez.html>>, acessado em 14 de fevereiro de 2015.

A ousadia foi levar o tema da escravidão humana para uma novela, através de uma protagonista favelada e prostituída. Apesar da grande lucratividade – 32 bilhões de dólares por ano –, é um crime que se mantém invisível. Quando comecei a trabalhar no tema me impressionou ver que pessoas informadas se recusavam a crer que no século XXI ainda existisse escravidão: mas ela está aí, acontecendo bem do nosso lado. A ONU estima que, nesse momento, 2 milhões de pessoas, em todo o mundo, estejam sendo escravizadas, e o Brasil está presente de maneira bem significativa (PORTAL RD1, 2013)⁵⁴.

Quero dar visibilidade aos invisíveis, dar voz aos que não tem voz. É um assunto invisível porque a maior parte das pessoas nunca ouviu falar ou acredita que se trata de mais uma lenda urbana. Isso até no meio de gente informada. Mas esta modalidade de crime é a mais rentável, depois do tráfico de drogas (CARAS ONLINE, 2012)⁵⁵.

Glória Perez, ao final do período de exibição da novela, reforçou a importância do tema Tráfico de Pessoas ter sido abordado pela primeira vez em telenovelas, conforme sua mensagem de despedida do último capítulo, publicada em seu blog no dia 9 de maio de 2013 (Anexo F).

Por outro lado, da mesma forma em que a autora é conhecida por introduzir temas sociais nos enredos de suas produções, para uma parcela do público, tal modelo já é esperado, sendo inclusive alvo de paródias na internet ou como mote humorístico por produtos idealizados pela própria emissora, justamente pelo fato dela manter sempre o mesmo formato e estilo, não inovando em suas produções.

Tal situação é observada na Figura 8, que ilustra o frame do programa *Tá no Ar: TV na TV*⁵⁶, veiculado no dia 2 de abril de 2015. O esquete, de um minuto, faz alusão a um jogo chamado *WAR: Glória Perez - onde o mundo fala português*, remetendo ao uso de bordões, à repetição de atores e ao uso de músicas e de danças sempre utilizados como recursos para ilustrar a trama.

⁵⁴ de Glória Perez, disponível em <<http://rd1.ig.com.br/exclusivo-gloria-perez-faz-balanco-sobre-salve-jorge/>>, acessado em 15 de fevereiro de 2015.

⁵⁵ Entrevista de Glória Perez concedida à revista Caras Online, no dia 11 de setembro de 2012.

⁵⁶ Disponível em <<http://globo.com/rede-globo/ta-no-ar-a-tv-na-tv/v/war-gloria-perez-viaje-pelo-cenario-das-novelas/4083031/>>, acessado em 3 de maio de 2015.

Figura 7. Frames do quadro War Glória Perez – Programa Tá no AR: TV na TV



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado da Globo TV (2015).

Outro exemplo se localiza no infográfico elaborado pela revista *Veja*⁵⁷ (2013), publicado na semana de estreia de *Salve Jorge*, que convida o leitor a “montar” sua própria novela no modelo da autora, conforme ilustrado na figura a seguir.

Figura 8. Infográfico “Monte ‘sua’ novela de Glória Perez”

JÁ É POSSÍVEL TER UMA NOVELA DA GLÓRIA PEREZ PARA CHAMAR DE SUA. ABAIXO ESTÃO OS QUATRO BLOCOS PRINCIPAIS DE UMA TRAMA. ESCOLHA A OPÇÃO QUE PARECER MAIS INTERESSANTE EM CADA UM E, NO FINAL, APRETE O BOTÃO “NO AR”, PARA CONHECER A SUA OBRA.

1. ESCOLHA UM CENÁRIO PARA ANCORAR A PONTE-AÉREA DA TRAMA:
 - Bulgária
 - Zanzibar
 - China
 - Algeiras
2. ELEJA A HEROÍNA DA HISTÓRIA:
 - Ekaterina Ivanovna (Elaine Jardim)
 - Lupanla Cabanera (Thais Araújo)
 - Lina (Danielle Suzuki)
 - Zaira (Cléo Pires)
3. QUE BORDÃO A TRAMA DEVE LANÇAR?
 - Az sün bogal
 - Da L’rding
 - Lá da
 - Ya He et
4. INDIQUE UM MERCHANDISING SOCIAL A SER EXPLORADO:
 - mais tratos a animais
 - tráfico de órgãos
 - manipulação genética
 - estupro

NO AR >>

Fonte: elaborado pela autora. Adaptado de Revista *Veja* (eletrônica) (2012).

⁵⁷Disponível em <<http://veja.abril.com.br/multimedia/infograficos/monte-sua-novela-de-gloria-perez>>, acessado em 8 de fevereiro de 2015. Infográfico publicado em 21.10.2012, sob o título: “Monte ‘sua’ novela de Glória Perez”, produzido por Luciana Martins e Thomaz Rezende. Em termos de disseminação via Facebook, a peça gerou 7.557 recomendações.

Observa-se a leitura farsesca do formato de trabalho com a assinatura de Glória Perez. Da mesma forma em que há um reconhecimento do seu perfil autoral, há também um indicativo de uma linha de produção, uma receita de composição de atributos em que o sucesso ou a sensibilização social pode estar garantida, mantendo sempre ativos os índices de audiência.

Sequencialmente, delinea-se rol de personagens principais da trama, dando suporte para o detalhamento do estudo da novela *Salve Jorge*.

5.2 OS PERSONAGENS

A composição de uma telenovela se dá pela articulação de diversos núcleos dramáticos. A interrelação é estabelecida com base na composição dos personagens, que se filiam aos núcleos e atravessam os diversos arcos dramáticos oferecidos na trama. Nesse sentido, alguns personagens são apresentados no Quadro 10, com uma breve descrição de perfil, conforme o conteúdo disponibilizado pela Rede Globo.

Quadro 11. Descrição e Imagem dos personagens principais *Salve Jorge*

PROTAGONISTA E SUA REDE DE RELAÇÕES

Morena - Protagonista feminina principal. Moradora do Complexo do Alemão e vítima de tráfico humano

Morena (Nanda Costa) Garota do Alemão, cheia de vida e personalidade. Foi vítima de uma quadrilha de tráfico humano, com a promessa de uma vida melhor para seu filho e mãe que ficaram no Brasil. Seu espírito guerreiro fez com que ela superasse as dificuldades. Teve uma filha com Théo, chamada Jéssica.

Théo - Protagonista masculina principal. Representa o Exército e namora a traficada
Théo (Rodrigo Lombardi) Capitão da cavalaria é honesto e corajoso. Sempre viveu de acordo com regras bem definidas e seu mundo virou de cabeça para baixo ao conhecer Morena, seu grande amor. Teve que superar muitos desafios para pode ficar ao lado dela. Os dois tiveram uma filha, Jéssica.

Lucimar - Mãe da protagonista traficada.

Lucimar (Dira Paes) Mãe de Morena. Sofreu muito com a ida da filha para a Turquia e depois descobriu que ela tinha sido vítima de uma quadrilha de tráfico humano. Terminou ao lado de Thompson, seu companheiro de trabalho na casa de Leonor.



A QUADRILHA

Lívia – Traficante, chefe da quadrilha e apresentada como empresária de sucesso na sociedade brasileira

Lívia Marine (Claudia Raia) Mulher bonita, elegante e sofisticada, que secretamente chefia uma quadrilha de tráfico humano. Para preservar seu segredo, assassinou Jéssica.



Wanda - Traficante – Gestora das seleções e aliciamentos

Wanda (Totia Meirelles) Braço-direito de Lívia na seleção de garotas para o tráfico. Faz tipo de pessoa boazinha e é mestre em manipular os outros e em esconder sua verdadeira natureza. Acabou sendo presa pela polícia quando a boate na Turquia foi invadida.



Russo - Traficante e líder da quadrilha na Turquia

Russo (Adriano Garib) Chefe da segurança na boate de Lívia. Arrogante e impiedoso, tratava as vítimas do tráfico com brutalidade e crueldade. Quando foi preso, levou o troco de todos que maltratou.



Irina - Trabalha com os traficantes, mas não é aliciadora

Irina (Vera Fischer) Gerente da boate do tráfico, responsável pelo caixa. Foi presa com o resto da quadrilha.



AS ALICIADAS

Jéssica - Traficada e assassinada durante a trama

Jéssica (Carolina Dieckmann) Aceitou um emprego em uma pizzaria, com a perspectiva de juntar muitos dólares em pouco tempo, sem saber que seria traficada para a prostituição no exterior. Após descobrir que Lívia era a chefe dos traficantes, acabou sendo assassinada pela vilã.



Rosângela - Traficada que migra para o negócio do Tráfico
Rosângela (Paloma Bernardi) Vítima da organização de tráfico de pessoas. Para sobreviver, juntou-se aos criminosos e passou a fazer parte da quadrilha. Assim como o resto dos criminosos, acabou sendo presa.



Waleska - Traficada

Waleska (Laryssa Dias) Trabalhava como garota de programa no Brasil e aceitou a oferta mais vantajosa de Wanda, sem saber que acabaria como vítima do tráfico de pessoas. Ajudou na investigação da quadrilha ao passar informações para a polícia. Terminou ao lado de Almir.



Sheila - Amiga da protagonista e assediada pela quadrilha. Colaboradora da PF

Sheila (Lucy Ramos) Melhor amiga e confidente de Morena. Foi a primeira a saber que a amiga tinha sido traficada e deu informações essenciais para a investigação da polícia. Superou seus medos e ajudou a levar a quadrilha de traficantes para a cadeia.



FAMÍLIA DA TURQUIA- TRÁFICO DE BEBÊS

Aisha - Traficada quando bebê por meio de adoção ilegal

Aisha (Dani Moreno) Filha adotiva de Berna e Mustafa. Seu desejo de conhecer sua origem acabou revelando um terrível segredo: foi vítima de uma quadrilha de tráfico humano. Teve dificuldade de aceitar sua família biológica, mas superou seus preconceitos e construiu uma relação afetuosa com sua mãe, Delzuite, e suas irmãs, Lurdinha e Samantha.



Berna - Mãe adotiva da traficada(quando bebê) que se submeteu ao método ilícito de adoção

Berna (Zezé Polessa) Esposa de Mustafa e mãe de Aisha. Passou a vida tentando esconder do marido que havia comprado a filha de uma quadrilha de tráfico humano. Quando seu segredo veio à tona, a relação dos dois ficou abalada.



Mustafá - Pai da traficada (quando bebê) que não tinha conhecimento da adoção ilícita

Mustafá (Antonio Calloni) Rico comerciante de Istambul. Viveu um grande drama ao descobrir que sua filha adotiva, Aisha, tinha sido traficada quando bebê. Seu casamento com Berna ficou seriamente abalado quando descobriu que ela estava envolvida na compra da criança.



Delzuite - Mãe biológica da traficada (por adoção)

Delzuite (Solange Badim) Mãe de Lurdinha, Samantha e Aisha. Vive uma relação turbulenta com Pescoço, mas sempre acaba perdendo o malandro do Alemão. Descobriu que Aisha tinha sido roubada por uma quadrilha de tráfico humano.



EQUIPE DA POLÍCIA FEDERAL

Helô - Delegada e Policial Federal. Representa o lado do bem, mas que apresenta fragilidades, como compulsão por compras.

Helô (Giovanna Antonelli) A delegada conseguiu realizar seu sonho de entrar para a Polícia Federal. Liderou uma grande investigação sobre a quadrilha de tráfico humano chefiada por Lívia e prendeu todos os criminosos. Depois de muitas idas e vindas com Stenio, seu ex-marido, casou-se novamente ele.



Joyce -Membro da equipe da delegada que se infiltrou na quadrilha posteriormente

Joyce (Thammy Miranda) Trabalhava como escritã na delegacia de Helô. Tornou-se uma peça essencial na investigação da polícia ao se infiltrar na quadrilha de tráfico humano. Com seu disfarce de Lohana, fez sucesso com shows de dança na boate e conseguiu a confiança dos criminosos.



Barros - Membro da equipe da delegada

Barros (Marcelo Airoldi) Detetive, é o braço-direito de Heloisa. Ajudou na investigação da quadrilha de tráfico humano.



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site da Rede Globo, 2014.

Esse quadro apresenta um panorama dos principais personagens⁵⁸ que deram voz à trama do Tráfico de Pessoas em *Salve Jorge*.

Salienta-se que uma das marcas da narrativa de Glória Perez está na estratégia de criação do que é conhecido como “espelhamento de situações, apresentando repetidamente como se comportam diferentes perfis de personagens em situações similares ou diante dos mesmos problemas” (GOMES, 2013, p.101). Em *Salve Jorge* é possível verificar situações desse âmbito: a presença do tráfico humano nas diversas camadas sociais (aquele voltado à exploração sexual para as vítimas menos favorecidas, associado ao tráfico de drogas, bem como aquele voltado ao

⁵⁸ A lista completa dos personagens encontra-se no Anexo G.

tráfico de bebês por casais com posses); as representações de órgãos e da estrutura pública, como o Exército na tentativa de pacificação do Complexo do Alemão ou como a Polícia Federal, na sua conduta em relação ao tráfico de pessoas; as disputas familiares com a discussão da alienação parental e as contínuas relações afetivas que fazem parte do melodrama.

5.3 A TRAMA E OS E ARCOS NARRATIVOS

Para apresentar os recortes da telenovela, buscou-se como fonte de análise a dramatização nos capítulos da *Salve Jorge*, tendo sua estreia ocorrida em 22 de outubro de 2012. Diversos capítulos estão disponíveis na íntegra ou parcialmente na internet⁵⁹.

As imagens e descrição dos arcos narrativos analisados a seguir não apresentam necessariamente uma serialidade temporal, mas sim as referências os caracterizam. Todos são interligados, gerando encadeamento ou atravessamentos na narrativa. Uma das unidades de sentido que encontramos nos arcos narrativos identificados se refere à tipologia temporal das imagens. Em *Salve Jorge* a tipologia é a da imagem temporalizada, quer dizer, “as imagens se modificam ao longo do tempo, sem a intervenção do espectador e apenas pelo efeito do dispositivo que as produz e apresenta” (AUMONT, 1995, p.160). O tempo, nessa ficção televisual, não corresponde nem ao período em que os personagens vivem (pois abre os primeiros minutos da trama com cenas que ocorrerão no futuro da própria novela) e, da mesma maneira, o tempo tratado na ficção não corresponde ao que o receptor vive, pois descreve contextos já observados na sociedade brasileira (como a ação pacificadora no Morro do Alemão, RJ).

Para este estudo, utiliza-se como referência os arcos narrativos que vão localizando os temas no enredo. Segue-se a linha de Machado (2000, p. 90) que utiliza modelos sugeridos por Calabrese para falar em tendências de narrativa seriada – que são: variações em torno de um eixo temático, metamorfose dos elementos narrativos, e entrelaçamento de situações paralelas. No caso

⁵⁹ A pesquisa se baseou principalmente em site chamado DailyMotion ou via site do G1. Dailymotion, conforme dados do Wikipédia, é um site criado em 2005 na França e que disponibiliza vídeos dos mais variados conteúdos aos seus usuários. É um dos mais acessados do mundo (40º posição quanto ao volume de dados). De acordo com dados de novembro de 2006 o serviço recebe cerca de 16 milhões de acessos (*page views*) e 9.000 vídeos, diariamente. O sistema de busca de vídeos do Dailymotion é considerado por algumas pessoas como mais eficiente que o do YouTube devido à possibilidade de busca por *marcadores (tags)*. Disponível em http://www.dailymotion.com/video/xujqdw_salve-jorge-capitulo-01-22-10-2012-parte-01-03_shortfilms. Acessado em 10 de setembro de 2014.

da estrutura narrativa de uma novela, trata-se de uma serialização única, desdobrada em capítulos (MACHADO, 2000, p. 84), com arcos dramáticos que compõe a trama na relação entre componentes e personagens fixos e variáveis, com maior ou menor peso no enredo.

Assim, a centralidade do Tráfico de Pessoas é manifestada como trama principal da novela, apresentado já como fator desencadeador, sendo desmembrado em núcleos principal e paralelos de atuação e nas suas relações decorrentes. O arco maior se dá na estratégia da rede do tráfico de pessoas, pois é a partir desse eixo temático que a novela inicia.

A seguir, apresenta-se a trama da telenovela e, sequencialmente, os principais arcos dramáticos observados em *Salve Jorge*, tendo como suporte de busca informacional o site Memória Globo, o plano comercial da novela, bem como sinopses e os vídeos da novela disponibilizados na internet. Como indica Fairclough (2001), é possível analisar as metáforas textuais, nesse caso, representadas nas imagens e na serialidade próprios da telenovela. Na sociedade contemporânea, a conversação surge no diálogo com a própria trama e por intermédio das informações de transmídia da emissora. Essa relação dialógica pode ser observada na mescla de elementos de realidade na ficção.

5.3.1 A trama central em *Salve Jorge*

A novela inicia seus primeiros 30 segundos retratando imagens da Turquia (ambientada em trilha). As cenas apresentam uma plástica colorida, com imagens que representam espaços turísticos do país, especialmente as cidades de Capadócia (balões) e de Istambul (Bósforo, mesquitas). Na sequência, apresenta o leilão de uma mulher, que se reconhece em seguida como a protagonista da trama, numa projeção temporal de 8 meses da narrativa.

A cena é filmada no interior de uma mansão, numa sala, e ao centro, numa espécie de tablado, está a personagem traficada – Morena (Nanda Costa), mãe solteira, que vive com a mãe e cria sozinha um filho, compõe o núcleo central da trama. No episódio, ela se apresenta bem maquiada, vestida com adereços elegantes e com roupa sensual. Ao redor, homens de diversas nacionalidades (idiomas sobrepostos fazem a vez do *off* da cena), vestindo ternos, fumando charuto, bebendo e conversando, admirando sua beleza, mas principalmente o produto que ela representa. Na sequência, um homem interessado se levanta e vai tocar e cheirar a jovem. Esse

mesmo homem faz a proposta e sai com a traficada que, por sua vez, apresenta repulsa e angústia na cena. A mercadoria se estabelece. Logo após, entra mais uma jovem, quase como uma linha produtiva.

Figura 9. Frames do primeiro capítulo da novela *Salve Jorge*



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Percebe-se que os quatro minutos iniciais de *Salve Jorge* são destinados a apresentar a localização de onde passará a trama, tendo como ponto alto o leilão de uma traficada. Algumas características são explicitadas pelo leiloeiro, dentre elas a maioria e o fato da traficada ser brasileira. Tais informações reforçam ou podem ser associadas à pseudogarantia da legalidade da atividade (pela maioria) bem como a característica da nacionalidade (brasileira), considerada um atributo pela visibilidade da mulher latina em âmbito internacional. Assim, a trama de *Salve Jorge* pode ser então detalhada.

O tráfico internacional de pessoas traz como heroína a jovem Morena, moradora do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, um dos principais locais de representação da trama. Ela recebe uma proposta para trabalhar na Turquia e, ao chegar ao país, percebe que foi traficada, passando a lutar para livrar-se da máfia do tráfico e ver presa a chefe da gangue no Brasil, Lívia Marine. Ao longo de toda a trama, Morena vive um romance de idas e voltas com Theo, capitão da cavalaria do Exército, devoto de São Jorge, que deseja assumir a relação e criar como seu o filho da jovem, Júnior (Luis Felipe Lima).

As cenas exibidas em 04 de dezembro de 2012 apresentam os momentos vivenciados por Morena e Wanda no aeroporto. Morena chega à Turquia em companhia de Wanda e se depara com um grupo de jovens estrangeiras trancafiadas. As moças, todas ludibriadas como ela, são obrigadas a se prostituir em uma boate administrada por Irina, cujo segurança é o Russo. Revoltada, Morena agride Wanda (Figura 11) por tê-la enganado, tornando-se uma de suas principais inimigas.

A sequência de fatos demonstra o crime do tráfico de pessoas para exploração sexual: o perfil das vítimas (mulheres jovens, com dificuldades financeiras), a persuasão emocional dos aliciadores ao tecerem promessas de um futuro promissor e o encarceramento numa boate ou local fechado, sem contato com o ambiente externo ou possibilidade de falar com os parentes, que, nesse momento, já podem se considerar vítimas, pois são coagidas sempre, além de agressões físicas e psicológicas.

Figura 10. Frames das vítimas do tráfico na novela *Salve Jorge*



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Jéssica, por exemplo, recebe a proposta de um emprego em uma pizzaria em Madri. Rosângela é mandada para Paris com a promessa de se tornar modelo internacional. Waleska foi contratada para ser prostituta de luxo, mas acaba escravizada. Todas precisam se prostituir para pagar estadia, alimentação e roupas. Quem tenta fugir ou pedir ajuda a clientes, pode desaparecer de um dia para outro, sem nenhuma pista. Com passaportes falsos, comprados pelas aliciadoras e sem nenhum dinheiro, não há como escapar. Enquanto isso, Lívia Marine posa de benfeitora no Brasil. Além do tráfico de pessoas, que inclui travestis e gays, ela acoberta Wanda no tráfico de bebês roubados.

Morena logo se torna amiga de Jéssica e arma planos de fuga, que não dão certo. As duas ainda têm de enfrentar Rosângela, que vira cúmplice da quadrilha e passa a colaborar no tráfico de pessoas, sonhando com sua carreira de modelo. A certa altura, Morena e Jéssica são obrigadas a

transportar drogas para o Brasil no próprio corpo, engolindo pacotes contendo as substâncias ilegais. Elas conseguem cumprir a missão e passam um tempo no Brasil, sendo acompanhadas de perto por Russo e Wanda, que conseguem o silêncio das duas ameaçando fazer mal a suas famílias. Antes que retornem à Turquia, Jéssica é assassinada por Lívia após descobrir que ela é a chefe da máfia de traficantes. Lívia mata Jéssica (vide frame três da Figura 11) usando uma seringa com um líquido letal. No decorrer da trama, ela faz mais uma vítima, utilizando o mesmo método, dando fim à vida de Raquel, que ameaça revelar seu segredo.

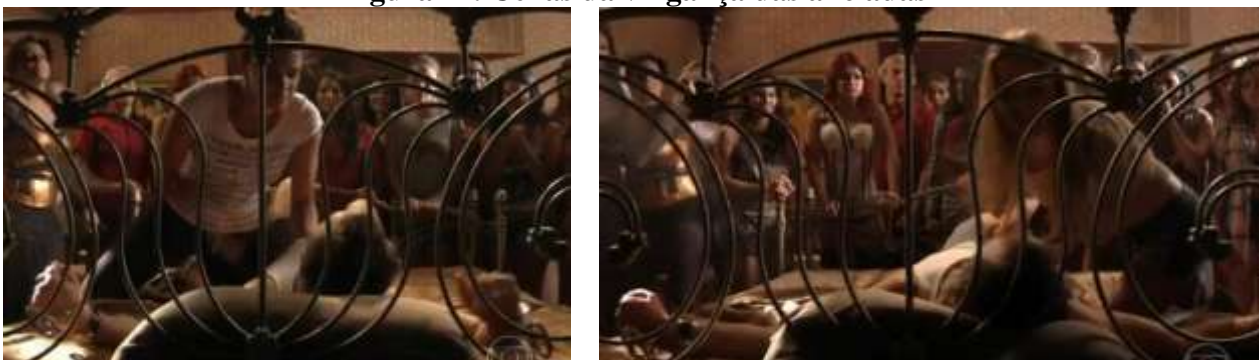
Durante sua estada no Rio de Janeiro, embora vigiada por Russo – que chega a se envolver com sua mãe, para intimidá-la –, Morena reencontra Theo e os dois voltam a ficar juntos, levando o capitão a, mais uma vez, romper com Érica, de quem ficara noivo. Morena está disposta a correr o risco e contar à polícia o que sabe, mas antes que o faça, ela é dopada e levada à força para a Turquia, deixando Theo desolado com seu sumiço. Ele acredita que foi abandonado mais uma vez, já que, com medo de ser rejeitada pelo amado com a revelação de que se prostituía – mesmo por obrigação –, Morena não lhe contou a verdade sobre sua situação como traficada.

De volta à boate turca, ao descobrir que está grávida de Theo, Morena pede socorro ao comerciante turco Mustafá, que se sensibiliza com sua situação e negocia sua compra com Russo. No dia em que a transação será efetivada, ocorre um atentado terrorista próximo à boate e Morena é dada como morta. Ela é abrigada na Capadócia pelos familiares de Demir (Tiago Abravanel) e Zyah (Domingos Montagner), que desconhecem sua história.

Morena tem sua filha na Capadócia e a batiza como Jéssica, em homenagem a sua amiga, morta por Lívia. Após entrar em contato com a delegada Helô, que já vinha seguindo pistas para identificar e prender os integrantes da quadrilha, ela volta ao Brasil disfarçada e com o apoio da equipe da polícia deixa o bebê com sua mãe, passando a colaborar com as polícias brasileira e internacional. Morena retorna à Turquia, onde finge ter virado prostituta e simula fazer programas com clientes na rua (na verdade, policiais disfarçados) enquanto colhe informações e grava conversas como provas. De dentro da boate das traficadas, Waleska ajuda na missão.

No último capítulo, o sentimento de vingança é o ponto alto, tendo a manifestação no fazer justiça com as próprias mãos, mesmo havendo a intervenção da polícia federal como elemento legal punitivo. As traficadas, por intermédio de uma agente da polícia federal, algemam o aliciador num dos quartos usados na exploração sexual e todas as vítimas, uma por uma, se vingam da violência recebida surrando o Russo, conforme observado nas cenas da Figura 12.

Figura 11. Cenas da vingança das aliciadas



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

A ação do tráfico humano é também exemplificada pela venda de bebês. Esse tema surge durante no decorrer da trama, de forma complementar ao de exploração sexual, associando a mesma quadrilha como referência comercial. As relações entre os personagens se entrecruzam, próprio da telenovela. A vítima, neste caso a adotada ilegalmente (Aisha), vai em busca de sua real identidade, trazendo à tona, além das dimensões legais, a culpa maternal pelo ato ilícito e a omissão dessa informação para o marido, causando um desequilíbrio familiar.

A mãe de Aisha, Berna, depois de ver o filho nascer morto e não poder mais engravidar, recorre a Wanda, membro da quadrilha, mas disfarçada de assistente social, para tentar agilizar a burocracia da adoção. A mulher de Mustafá vai ao Brasil escondida do marido para encontrar com Wanda, que se apresentou como a assistente social Adalgisa. A turca deu dinheiro para tentar acelerar o processo e ganhar a guarda da criança. A criminosa falsificou documentos e disse a Berna que, legalmente, tudo estava resolvido, sem qualquer problema. O bebê é entregue em um hotel, durante a madrugada. Mesmo desconfiada, mas desesperada para voltar à Turquia com um bebê, Berna acabou aceitando. Ao descobrir a farsa, anos depois, a teia começa a se desvelar e as relações se reestabelecem com o tradicional fechamento feliz das tramas de telenovela.

A seguir, apresenta-se o detalhamento dos arcos narrativos organizados com base nos seguintes elementos: tráfico de pessoas, constituído e neutralizado na trama com o sucesso da operação de combate ao crime; as vítimas, que são acionadas com base nas histórias de vida de busca de realização profissional ou familiar; os lugares e ambientações, que caracterizam o cenário e as dimensões geográficas da trama, além de situar os núcleos da narrativa; as instituições públicas, representadas pelo exército e pela polícia federal; encerrando com as relações amorosas e familiares, que são elementos inerente ao melodrama.

5.3.2 A organização do tráfico de pessoas e a ação dos aliciadores

O tráfico de pessoas é um crime organizado e em *Salve Jorge* é representado pela quadrilha que circula para fins de exploração sexual e na comercialização de bebês. Os entrelaçamentos se estabelecem na medida em que a quadrilha circula nas duas tipologias de crime e as vítimas mantêm relações de vínculo no decorrer da trama.

A líder da quadrilha é Livia Marine. A vilã é uma mulher perspicaz, sofisticada e com estilo elegante, que se apresenta como agenciadora de talentos artísticos, com contatos no mundo da moda e do *show business*. Ninguém sabe detalhes de sua vida, nem mesmo de onde vem sua fortuna. Diz-se divorciada de um italiano, mas é vaga quando alguém procura conhecê-la mais profundamente. A falta de informação é atribuída a uma imagem discreta e reservada. Mas isso é uma máscara. Ela é a peça-chave de uma quadrilha internacional de tráfico de pessoas: contrata olheiros, como Wanda, e providencia as falsificações necessárias para viabilizar a viagem das vítimas, que seduz com promessas de turnês como modelos e ofertas de empregos, muito bem pagos, no exterior. As jovens embarcam acreditando que rapidamente terão dinheiro suficiente para mudar de vida e ajudar a família, mas terminam em boates de prostituição.

No segundo capítulo (exibido em 23 de outubro de 2012), Livia e Wanda conversam sobre o que chama de seleção de modelos, uma forma de maquiagem o real negócio da organização. A seleção é feita na Zona Sul do Rio de Janeiro, cidade onde se passa a estória da novela no Brasil. Livia é uma pessoa notória na sociedade carioca, sendo reconhecida pela imprensa e vista como uma empresária de sucesso atuando no agenciamento de modelos e promoção de eventos, inclusive realizando campanhas sociais como alerta ao tráfico humano para reduzir qualquer possibilidade de associação de seu nome ao crime.

Em uma das vindas ao Brasil, Livia conhece Morena e Sheyla, sua amiga, e as convida para participar de uma seleção. A oferta é tentadora: emprego por um mês em Istambul, ganhando salário em dólar, passagens, passaporte, vistos, diárias, enfim, tudo ficaria a cargo da empresa contratante. O convite faz Morena lembrar a adolescência interrompida pela gravidez precoce e acreditar ser essa a sua chance de ganhar dinheiro e melhorar a vida de sua mãe e filho. Sheyla desiste de ir e, ao longo da trama, assume um papel de mediadora e auxilia a Polícia Federal.

5.3.3 As vítimas do tráfico

As principais vítimas do tráfico são as mulheres em situação de fragilidade (econômica ou social) que são enganadas e exploradas para o tráfico de pessoas para fins sexuais. A protagonista Morena sofre nas mãos dos aliciadores em diversos momentos, gerando essa centralidade temática durante a serialização.

De origem simples e com um filho criança, Morena mora com a mãe no morro do Alemão e vai para a Turquia com a promessa de uma vida melhor. Morena é retratada com o estereótipo da mulher brasileira, jovem trabalhadora, mãe de Junior, nascido de um romance de baile funk com Beto, que nunca assumiu a paternidade do filho. Discussões de vizinhança com outras mulheres jovens na comunidade são retratadas, considerando situações de disputa estética ou desavenças por princípios e valores pessoais.

Morena foi aliciada por Wanda, permanecendo traficada pela quadrilha para exploração sexual e para o transporte de drogas. Durante a trama, realiza diversas tentativas para denunciar a máfia. Consegue fugir da boate na Turquia e criar um perfil falso nas redes sociais. Com esse canal, manda pistas dos traficantes e denuncia o esquema para a delegada no Brasil. Morena passa a servir como testemunha-chave e ajuda na operação para desmantelar a máfia comandada por Lívia. No final, Morena quase vive duplamente a ação do tráfico com o sequestro de sua filha recém-nascida na Turquia.

Jéssica e Waleska são outras vítimas do tráfico para exploração sexual. Jéssica é carioca e foi levada para Espanha com a promessa de ser atendente em uma pizzaria, mas acabou em uma boate de prostituição. Indignada, Jéssica sempre lutou para fugir. Sua personagem é a mais frágil fisicamente e ela protagonizou uma cena de um suposto estupro do gerente da boate (Russo), veiculado no final do capítulo de 3 de novembro e no início do dia 5 de novembro de 2012. A cena não foi plenamente ao ar (o que foi veiculado é resumido na figura a seguir), tendo sido discutida pela mídia e em redes sociais se não seria uma estratégia de *marketing* da autora, tendo em vista os baixos índices de audiência ou, por outro lado, de censura pela densidade das cenas.

A história de Jéssica foi inspirada na vida de Simone Borges, vítima do tráfico e morta na Espanha em 1996. Com Morena, Jéssica tentou escapar e foi obrigada a servir de mula de droga. No Brasil, descobriu que Lívia era a verdadeira chefe da quadrilha e acabou morta.

Figura 12. Cenas que remetem ao estupro de Jéssica



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Waleska, outra vítima do tráfico, é uma jovem que já trabalhava como garota de programa no Brasil. Aceitou uma oferta de Wanda, mas acabou sendo escravizada, com a restrição aos documentos. Com personalidade forte e conhecendo a estratégia do lugar, luta para pagar sua dívida e se soma com Morena, de quem recebe um celular e passa a ser informante da polícia.

Antônia é vítima da quadrilha, mas de ordem administrativa, legal e moral. Ex- modelo, Antônia se torna laranja de uma agência de Livia, sem saber. Ela vira sócia de Wanda, que com o nome da empresa manda as traficadas para fora do país. Após descobrir a verdade sobre Wanda, fecha a empresa. Mas é denunciada para a polícia pelo ex-marido, Celso. É presa, mas consegue sair mediante fiança, responder pelo processo em liberdade.

Além das vítimas de exploração sexual, o tráfico de bebês é acionado. Como vítima, tem-se Aisha, uma jovem brasileira, adotada ainda bebê por um casal de turcos, muito bem posicionados financeiramente. Sonha em reencontrar sua família. Após muita procura, descobre que foi vítima de tráfico internacional de pessoas. Durante a investigação no Brasil, acredita que Wanda seja sua mãe biológica. Berna, sua mãe de criação, confessa que esteve envolvida no sequestro da menina junto com a Wanda, que a extorquia para manter o silêncio do crime. Através de um site na internet e um exame de DNA, descobre que sua verdadeira mãe é Delzuite, moradora do Complexo do Alemão.

Delzuite teve a filha recém-nascida raptada ainda no hospital. Na época, foi informada que o bebê tinha morrido. Anos depois, decide vender o túmulo da filha e, durante a exumação, descobre que o corpo nunca esteve ali. A polícia passa investigar o caso como tráfico de crianças. Sua filha, Lurdinha, passa a procurar a irmã desaparecida na internet e encontra Aisha. Após um exame de DNA, é comprovado que Delzuite é a mãe biológica de Aisha. A diferença social é explicitada nas cenas. Há um desconforto inicial pelo estilo de vida das duas realidades,

colocando a dualidade cultural existente entre uma família de classe alta da Turquia com uma família de classe baixa no Brasil. Num primeiro momento, Aisha rejeita a mãe biológica. Ela é uma garota mimada e se sente pouco à vontade no morro, com uma mãe sem instrução e com um estilo de vida mais simples e tumultuado. Aos poucos, vão se aproximando, conhecendo e respeitando as características sociais e culturais e a relação familiar se estabelece. Delzuite não culpa Berna pelo crime, ao contrário, a agradece por ter cuidado e amado sua filha biológica. Berna é perdoada pela família turca pelo fato de ter pago pela criança na época.

5.3.4 Lugares e ambientações

O morro do alemão (RJ) e a Turquia (Capadócia e Istambul) são os lugares referenciados de forma contínua nas tramas, sendo os principais acionamentos geográficos realizados em *Salve Jorge*, conforme observado a seguir, além de outros, como zona sul carioca e ambientes da Polícia Federal e Exército.

5.3.4.1 Turquia: palco do crime e refúgio

A exploração sexual ocorre na boate em Istambul, bem como a localização da vítima por tráfico de bebês (Aisha) e sua família adotiva, que faz ligação com o drama de Delzuite, no Complexo do Alemão.

As cenas da boate têm como fator predominante as tomadas internas, caracterizando a situação de prisão das aliciadas. Quando surge alguma referência de cenário externo, ele apresenta a ideia de controle de entrada e o papel dos seguranças da quadrilha nesse contexto. Em Istambul, surgem os elementos do comércio, com cenas de fuga de Morena no Gran Bazar ou de Jéssica em delegacias de polícia local, que não entendem o idioma das traficadas.

O refúgio de Morena se dá na Capadócia, onde é abrigada por pessoas que não conhecem sua história, com a família de turcos que incluiu Zyah, Ayla, Ekran, Sarila, Tamar, Esma e Kemal. Nesse mesmo núcleo, também encontram Cyla, Tartan, Buquê e Murat (comerciante no Gran Bazar). O turismo é um elemento explorado, tendo a presença de guia turístico (Zyah), o que dá espaço para a entrada de personagens na trama.

Nesse ambiente recluso e discreto é que Morena consegue acionar a Polícia Federal no Brasil, por intermédio da delegada Helô, sua conhecida. O cenário da Turquia é explorado de forma visual, sendo associado também à religiosidade nesse ambiente, compondo com o nome da novela – *Salve Jorge*, o santo guerreiro.

5.3.4.2 O Morro do Alemão e sua ocupação pelo Exército

A localização geográfica da narrativa é retratada no primeiro capítulo, com situações de tiroteio e a ocupação no Complexo Morro do Alemão (RJ). Entra em cena também a cavalaria do Exército, que desempenha, na sequência, o papel de pacificadora na favela. As cenas⁶⁰ mesclam ficção com imagens da cobertura jornalística da Rede Globo, com áudios de jornalistas e imagens da imprensa que acompanharam a atuação das forças militares em tempo real, ocorrida em 28 de novembro de 2010. Naquele momento, além da cobertura da mídia, moradores da comunidade contavam o que estava acontecendo pelas redes sociais.

O destaque dessa cobertura de guerrilha foi um jornal liderado por Renê Silva (*Voz da Comunidade*). A história de Renê inspirou a autora para a construção do personagem do adolescente Sidnei (Mussunzinho) que alimentava as redes sociais com a descrição do que estava ocorrendo no Morro. Uma das cenas é a do capitão do Exército (Theo), que finca a bandeira do Brasil no alto de um dos morros do complexo do Alemão, e no *off*, a narração real de jornalistas que realizaram a cobertura midiática dão espaço à fala de uma autoridade do exército "Vencemos. Trouxemos a liberdade pra população do Alemão".

Figura 13. Frames do morro do alemão e treinamento do Exército



⁶⁰ As cenas estão disponíveis no portal G1: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/salve-jorge/v/o-exercito-entra-no-complexo-do-alemao/2203086/>. Acessado em 10 de setembro de 2014.



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Um núcleo específico da favela circula nesse território, onde a protagonista mora, trazendo elementos como violência, a música através do funk, da sensualidade e do samba, bem como a ação pacificadora do exército (retratando um espelhamento da vida real do que ocorreu na comunidade).

Os personagens que compõe esse núcleo, além da família de Morena (Lucimar, Júnior e Nilceia), circulam nas representações do comércio com o Bar da Dona Diva e do Seu Clóvis (avós de Sidnei). Clóvis recebe repreensões da mulher enquanto observa Maria Vanúbia, jovem caricata que alimenta uma rivalidade com Morena e se apresenta de forma ousada em banhos de sol na favela. No Complexo do Alemão, ainda se localizam Delzuíte, que teve sua primogênita roubada, vítima do tráfico de bebê, e suas filhas Lurdinha e Samantha, que enfrentam a mãe por sustentar a vida leve do namorado Pescoço.

5.3.5 As instituições públicas

O Exército e a Polícia Federal são as instituições federais representadas na trama, detalhadas a seguir.

5.3.5.1 *O Exército*

Locações reais do Exército são observadas, incluindo desfiles, treinamento em terra e no ar e a banda da cavalaria (vide imagem dois da Figura 14). Uma das lideranças da cavalaria é o Capitão Theo, que vive um romance com uma colega de regimento (Erica) e depois se apaixona pela protagonista Morena.

O Exército, além de ser representado de forma efetiva na tomada do morro do alemão, como destacado anteriormente, tem um papel amplo na trama. A Cavalaria é um dos núcleos da novela, composto por diversos personagens, como os capitães Théo e Élcio; os tenentes Érica, Márcia, Ciro e Drago e o coronel Nunes. As disputas internas, tanto profissionais como afetivas, são acentuadas, tendo, dentro do corpo militar o lado do bem (Theo) e do lado mau (Élcio) representados. Há uma relação adversa entre eles, em que a ambição é projetada. Eles se conheceram na escola militar, mas a relação cotidiana é baseada nas situações de enfrentamentos de Élcio contra Theo.

Durante a trama, a imagem do Exército é fragilizada em alguns momentos, embora a estratégia da narrativa tendesse ao inverso. Uma dessas situações refere-se à miopia de um representante do alto comando (Theo) e par da protagonista sobre o tráfico de pessoas. Em conversas realizadas com Morena, de volta no Brasil, ela aborda o assunto sobre tráfico humano sem dizer que foi vítima. Theo argumenta dizendo que esse tipo de crime é lenda e diz que Morena é muito ingênua por acreditar que exista o tráfico de pessoas. Assim, em nome da manutenção da trama, há uma redução do crime pelo olhar de uma das forças militares que justamente deveriam combatê-lo.

5.3.5.2 *A ação da Polícia Federal*

A Polícia Federal retratada em *Salve Jorge* apresenta uma equipe liderada pela delegada Heloísa, que tem uma trajetória profissional de sucesso, vinda da Polícia Civil. A transição de área é feita no decorrer desta trama. Em termos de cenário, a delegacia da Polícia Federal é constantemente acionada, com a presença da delegada ou de sua equipe. Por outro lado, toda a competência profissional se opõe na dimensão psicológica da delegada. A cada enfrentamento de

uma situação de estresse ou problema familiar, a compra compulsiva se manifesta (vide imagem 1 da figura a seguir). Conhecida por onimania, ou ‘vício por compras’, essa fragilidade se apresenta de forma mais predominante no gênero feminino e exige tratamento psicológico, embora não observado na ficção⁶¹.

Afora esse contexto, a delegada lidera uma equipe que mapeia o esquema do tráfico de pessoas, tanto de exploração sexual como o de adoção ilegal de bebês. Os elos se estabelecem e a quadrilha começa a ser desmascarada ao longo da trama. A seguir apresenta-se a Figura 15, como cenas associadas à delegada Helô.

Figura 14. Frames das compras da delegada e sua atividade profissional



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Esferas internacionais também estão representadas pela ação da Interpol – Organização Internacional de Polícia Criminal –, com a infiltração de uma agente (Riva) na boate turca,

⁶¹ O *merchandising* social se reapresenta, porém de forma menos enfática pela autora, apenas trazendo os elementos de manifestação da doença: “A incidência é maior entre as mulheres, na equivalência de cinco para cada homem. São, no geral, pessoas economicamente ativas e na faixa etária entre 30 e 50 anos, descreve Renata Maransaldi, psicóloga da equipe de Compras Compulsivas do Ambulatório Integrado dos Transtornos do Impulso (Pro-Amiti) do Hospital das Clínicas de São Paulo. Perfil no qual também se encaixa a personagem delegada de Giovanna Antonelli. A exposição do problema em horário nobre na TV, aliás, já tem reflexos nos atendimentos. Até meados de abril desse ano, 37 pacientes contataram o Pro-Amiti em busca de ajuda profissional - o que equivale a quase metade dos tratamentos iniciados em todo o ano passado (75)”. Matéria publicada em VEJA.com, sob título “Saiba se você é comprador compulsivo, como a Helô de *Salve Jorge*“, escrita por Pollyane Lima e Silva (RJ), em 28/04/2013 às 08:43. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/noticia/saude/saiba-se-voce-e-comprador-compulsivo-como-a-helo-de-salve-jorge>>, Acessado em 03 de abril de 2015.

cooperando com a Polícia Federal no enfrentamento ao crime do tráfico. No último capítulo, as duas equipes se unem e invadem o estabelecimento, prendendo a quadrilha e libertando as aliciadas.

5.3.6 Relações familiares e romances

Como recurso contínuo nas tramas de telenovela está o acionamento de diferentes pares românticos ao longo dos capítulos, atravessando relações, promovendo elos e associações. Em *Salve Jorge* não foi diferente e a sedução se fez presente.

No núcleo da Turquia, o maior destaque é o romance de Zyah e Ayla que sofre uma reviravolta quando eles recebem a visita de Bianca (Cleo Pires), uma mulher moderna, independente e sedutora. Ao contrário de Bianca, Ayla é passiva e amorosa. Zyah é um guia turístico, um tipo rude e bom caráter, que sempre viveu nas montanhas da Capadócia. Depois de muitos conflitos, fica com Ayla, com quem constitui família. Zyah abriga Morena na sua gruta como refúgio, mantendo-a anônima para a quadrilha, garantindo sua segurança e de sua filha.

No Brasil, a delegada, por sua vez, tem uma relação tumultuada com seu ex-marido (Stênio). Separados de forma amigável, eles têm uma filha (Drika) que aproveita a fragilidade da relação do casal para conseguir dinheiro e se manter sem trabalhar. Mimada e impetuosa, casa com o namorado Pepeu que vivem de forma irresponsável na Turquia por algum tempo. Stênio e Helô vivem em situações de idas e vindas na vida privada, incluindo momentos jocosos e explorando fantasias sexuais do par.

Já, a quadrilha utiliza o romance para se aproximar das vítimas, garantindo espaços de informação com base nas relações estabelecidas. Russo se envolve com Lucimar, mãe de Morena para criar elementos de controle e mantê-la refém da exploração sexual. Wanda se envolve com o Coronel do Exército (Nunes), seu antigo amor de adolescência. Livia faz par em alguns momentos com Haroldo, advogado do escritório de Stênio, e coloca escuta no seu escritório para descobrir a evolução das investigações da polícia federal. Livia também se envolve com Theo, mas com a intenção reversa por parte dele, que tenta buscar pistas sobre o paradeiro de Morena.

O romance principal é o de Theo e Morena. Morena foi uma adolescente rebelde e por conta do namoro não concluiu o segundo grau e interrompeu seus planos de conquistar sucesso

em uma carreira artística em virtude de uma gravidez precoce e abandono do pai do filho. Passados quatro anos, Morena está muito segura de si. Acredita que aprendeu a lição da adolescência e que já não será capaz de cair em nenhum engodo. O que a move é a firme disposição de investir em si própria e conquistar uma vida melhor para a família.

Morena conhece Theo durante a ocupação do Complexo do Alemão pelas forças de segurança pública do Estado. O casal faz planos para morar juntos e Theo se dispõe a assumir o filho de Morena. Chegam a ficar noivos e fazer planos para o futuro, mas sempre enfrentam obstáculos que, por vezes, levam ao término da relação. Enquanto Morena fica refém do submundo da prostituição internacional, no Brasil, Theo, volta para Érica, sua ex-noiva, mas sofre sem notícias de Morena. Ao descobrir toda a história, Theo consegue resgatar Morena da máfia e trazê-la para o Brasil, conforme cenas na Figura 16.

Figura 15. Cenas do par romântico principal



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Ainda nos capítulos finais de *Salve Jorge*, Morena e Theo se reconciliam na Turquia e ela conta toda a verdade para o capitão, inclusive que ele é o pai de Jéssica. A filha dos dois é sequestrada a mando de Lívia e enviada à Turquia para ser vendida, mas Theo consegue resgatá-la. Com a ajuda de Morena, a quadrilha é identificada, todos os traficantes presos e as vítimas, libertadas. Theo e Morena voltam ao Alemão com Jéssica, e são recebidos com festa.

Com base na apresentação da trama, é possível perceber os atravessamentos das relações, próprio do produto televisivo. A intertextualidade presente na telenovela pode ser observada, segundo Fairclough (2001, p. 114) como “a propriedade que têm os textos de ser cheios de fragmentos de outros textos, que podem ser delimitados explicitamente ou mesclados e que o texto pode assimilar, contradizer, ecoar ironicamente, e assim por diante”. Esses elementos são

observados em *Salve Jorge*, que oferece uma dramatização de situações duras e reais, identificadas, por exemplo, na eficácia da Polícia Federal *versus* a fragilidade ou a fraqueza de sua personagem de referência (Helô) na dimensão de consumo ou nas cenas de fantasias sexuais protagonizadas por ela. Tais elementos humanizam a delegada, além de desmistificarem o conceito de ausência de vaidade discutido nessa dimensão profissional.

O que se percebe é que as relações amorosas e familiares hibridizam o tema do tráfico de pessoas. Ao mesmo tempo em que o tráfico é o elemento central, ele é suavizado quando os elementos do humor ou da cena de romance são ampliados.

Os afetos, as paixões e a sexualidade são elementos continuamente expostos na tela. Além disso, a presença do Estado é observada em diversas instâncias, tanto pela ação da Polícia Federal como pela ação pacificadora do Exército no morro do Alemão. *Salve Jorge* mescla efeitos de realidade para essas situações, que foram vivenciadas pela comunidade do Rio de Janeiro na vida real, e na tela, foram romantizadas e pacificadas.

5.4 A REALIDADE NA FICÇÃO

A correspondência com situações reais é evidenciada pela telenovela a partir da exibição, ao final de alguns capítulos, ou até mesmo interagindo com alguns personagens durante a trama (como é o caso de vítimas de tráfico de bebês) de depoimentos de parentes ou de vítimas de tráfico para fins de exploração sexual. Um exemplo dessa estratégia está o depoimento da empregada doméstica Ana Lúcia Furtado, traficada para Israel em 1998. Ela era empregada doméstica e sustentava três filhos quando, aos 24 anos, recebeu uma proposta para o que sonhava ser um futuro melhor: trabalhar como garçoneiro em Israel. Mas acabou virando prostituta numa boate e serviu de inspiração para a autora Glória Perez moldar a personagem da protagonista Morena.

No relato⁶² de Ana Lúcia é possível observar a descrição de como ocorreu o aliciamento:

Eu estava no pagode Madureira, eu e minha amiga Kelly, quando conhecemos a Rosana...ela se aproximou, criou um círculo de amizade com a gente , quando depois, no final da noite, ela nos fez a proposta pra viajar pra fora do país, pra trabalhar como garçoneiro numa lanchonete em Israel. Nesse meio tempo, ela criou um círculo de amizade conosco, frequentou a nossa casa, conheceu a nossa família, se tornou a nossa amiga (GLOBO, 2013).

⁶² Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/02/mulher-que-inspirou-morena-de-salve-jorge-conta-o-drama-no-externo.html>, acessado em 15 de fevereiro de 2015.

Pela primeira vez após seu resgate, ocorrido em 1998, Ana Lúcia se prontificou em contar todo o seu drama para a Globo, tanto no depoimento após o capítulo 85, exibido em 28 de janeiro de 2013, como em entrevista para o portal G1. Ana Lúcia relata como foram os três meses que ficou em poder da quadrilha e a morte de sua prima, Kelly Fernanda Martins, com quem viajou para Israel e inspiradora da personagem Jéssica.

O relato de Ana Lúcia é muitas vezes mais dramático do que a ficção vivida por Nanda Costa (vide Figura 17). Ela diz que o contato com Glória Perez é frequente e que muitas vezes reconhece, entre os diálogos da novela, frases que contou para a escritora. Ana Lúcia diz: “Eu até brinco que o que a novela mostra é até luxo perto daquilo que a gente viveu. Perto do que a gente passou”.

Figura 16. Traficadas: na vida real e na ficção



Fonte: G1, publicado em 2013.

Em novembro de 2012, cerca de um mês após a estreia da novela, foram inseridos outros depoimentos reais de pessoas que vivenciaram ou acompanharam de perto o drama de quem foi traficado⁶³. É possível observar no site da Rede Globo um vídeo com o depoimento de João Borges, pai da traficada Simone.

Em um dos depoimentos, o pai João Borges conta a história de Simone Borges, que foi à Espanha na esperança de ganhar dinheiro, no entanto, era uma farsa e a moça foi forçada a se prostituir. (...) Assim como na ficção, os sequestradores ficaram com todo o dinheiro de Simone, o passaporte e a mantiveram em

⁶³ Informações disponíveis em: <http://redeglobo.globo.com/globocidadania/nas-novelas/noticia/2012/12/salve-jorge-insere-depoimentos-reais-de-quem-viveu-o-traffic-de-pessoas.html> . Acessado em 9 de maio de 2013.

cativeiro. Com ela, estavam entre 10 e 15 outras brasileiras vivendo o mesmo drama. Simone morreu no mesmo ano que foi para a Espanha, em 1996 (GLOBO, 2013).

Simone viajou dia 22 de janeiro de 96, para Espanha né, e ai ela pegou.... pois é tenho um convite para ir para Espanha para trabalhar e tava com vontade de ir porque lá o salário lá é 1200 dólares. Quando chegou no aeroporto eles falaram: agora o dinheiro que vocês levarem daqui (mil e tantos dólares), vocês passam para a cafetina (...) para as mulheres que levaram vocês e aqui vocês vão trabalhar numa boate (...) tinha não sei quantas brasileiras, 10 ou 15 (...) tudo retida. Tomavam os documentos e eram obrigadas a prostituir (GLOBO, 2013).

Em entrevistas posteriores, a autora da novela indicou que esse caso inspirou o destino de uma das personagens que faziam parte do núcleo que envolvia o tema.

A inclusão de testemunhais sobre a adoção ilegal de bebês também é observada. A divulgação da *ONG Desaparecidos do Brasil*⁶⁴ é realizada durante a trama (Figura 18), na exibição em 8 de novembro de 2012 e em 3 de dezembro de 2012, o depoimento de Lior Wilk, vítima do tráfico de bebês.

Figura 17. Cenas referentes às adoções ilegais



Fonte: elaborado pela autora. Adaptado do site GShow e DailyMotion.

Ele é um jovem israelense que deseja descobrir quem são seus pais biológicos brasileiros. Na cena, com o apoio da tecnologia, Aisha conversa com o rapaz que foi traficado em 1985. Ele diz que ama seus pais adotivos, mas fica pensando como seria a sua vida se ele tivesse continuado no Brasil. Tais dúvidas são reproduzidas na trama também pela personagem, dando voz ao problema internacional.

⁶⁴ A organização não governamental “Desaparecidos do Brasil” teve início em 1997, a partir do desaparecimento de um ente familiar. Desde então formou uma grande rede de voluntários e não parou mais de crescer. Os milhares de casos que passam anualmente pelo cadastro do site evidenciam que 15% a 20% dos desaparecidos são oriundos do tráfico humano. Disponível em <http://www.desaparecidosdobrasil.org/procuo-minha-mae/salve%20jorge.jpg> Acessado em 14 de maio de 2015.

Além da intenção de ancorar realidade⁶⁵ no próprio produto televisivo, a Rede Globo ampliou as possibilidades de visualização transmidiática do tema, disponibilizando para o público o site – que ficou no ar durante a veiculação da novela –, cunhado como *Disque Salve*⁶⁶ (Figura 19), criado em parceria com a *ONG Viva Rio* para dar orientações e ajudar a esclarecer dúvidas sobre tráfico e exploração de pessoas.

Neste projeto, a *ONG Viva Rio*, foi responsável pela operação do *Disque Salve*, com a construção de todo o conteúdo teórico sobre o tema, tanto para o atendimento de web quanto para o *call center* (treinamento das equipes, capacitação sobre o tema, entre outros).

Figura 18. Print do site *Disque Salve*



Fonte: Site Disque Salve⁶⁷

Segundo Sandro Costa, coordenador do *Disque Salve* junto à *ONG Viva Rio*, indica que o projeto registrou 456 casos em 22 semanas⁶⁸. Em um contato direto com Costa, ele comenta que

O serviço tinha o objetivo de qualificar o debate, prestar esclarecimentos e realizar orientações sobre os possíveis encaminhamentos para as demandas sobre o tráfico de pessoas. Posso afirmar que a procura pelo *Disque Salve* aumentou de maneira proporcional a exposição e inserções que o serviço teve nos veículos de

⁶⁵ As personagens de Morena e Jéssica são baseadas em casos reais. Segundo Trindade (2012), do Jornal Folha de São Paulo, de 9/12/2012, a personagem Jéssica é baseada no “caso Kelly”. Kelly Fernanda Martins foi uma brasileira de 26 anos que viajou para Israel com a promessa de ganhar US\$ 1.500 por mês e deixou para trás a mãe e os dois filhos. Sem falar uma única palavra de hebraico ou inglês e acreditando que trabalharia em lanchonetes ou casas de família, ela acabou sendo mantida em cárcere privado, obrigada a se drogar e a se prostituir em boates. Relatou ter sido forçada a manter relações com dez homens por dia, em jornadas de até 13 horas. O corpo de Kelly foi encontrado na rua, em Tel Aviv e o atestado de óbito apontou overdose de drogas ou de remédios como “*causa mortis*”, mas para a família a real causa da morte de Kelly foi assassinato. O caso só tornou-se público porque a mãe da brasileira denunciou à Polícia Federal e ao Jornal O Globo, em 1998.

⁶⁶ O serviço permanecia disponível através do site: www.disquesalve.com.br e a central de atendimento por telefone através do número (21) 2555-3777 (seg-sáb 17:00-23:00). Vitor Friary era o supervisor do Disque Salve.

⁶⁷ Disponível em www.disquesalve.com.br, acessado em 21 de abril de 2013.

⁶⁸ Disponível em <<http://vivario.org.br/trafico-de-pessoas-e-tema-de-seminario-no-rio-3/>>, acessado em 17 de fevereiro de 2015.

comunicação do sistema Globo (jornais, revistas e tv). O momento de maior procura ocorreu, exatamente, durante e logo após o serviço ser abordado durante o programa *Domingão do Faustão*. (Sandro Costa, 2015, em resposta a um email destinado à autora dessa tese).

No plano de trabalho de 2013 da ONG, disponível no seu portal⁶⁹, é possível verificar o projeto sob o nome *Salve Jorge*, com orçamento estimado em R\$ 650.000,00 pela TV Globo. Infere-se que tal investimento se configure como apoio social, portanto, passível de dedução fiscal. Portanto, percebe-se que há uma apropriação transmidiática do tema pela emissora, promovendo sua imagem como empresa, associando práticas de responsabilidade social, além de ampliar a visibilidade da própria trama, garantido elementos de audiência.

Após a apresentação dos arcos narrativos e o traço da realidade na ficção, pode-se afirmar que o tráfico desencadeia a telenovela. A novela parte dele. O mecanismo do gancho e a fragmentação constituem componentes consagrados na dramaturgia e são observados em *Salve Jorge*.

Aproveitando tal estratégia, a Rede Globo indica dinâmicas de comercialização do produto televisivo, tendo na telenovela um de seus maiores elementos de portfólio econômico, conforme observado nos itens que seguem.

5.5 ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA DE SALVE JORGE

No âmbito comercial, como nos diversos produtos do entretenimento, a Rede Globo apresenta um plano comercial, conforme ilustrado na Figura 20, que foi disponibilizado para agências de publicidade que detém contas de clientes que podem despertar interesse em comunicar sua marca associando aos índices de audiência da telenovela nos intervalos comerciais ou com inserções de *merchandising* comercial, conforme visto anteriormente.

Ao observar a amplitude do plano comercial, resgate-se o olhar de Gomes (2004) que faz reflexão sobre a potencialidade do produto telenovela nesta indústria do entretenimento. De fato, essa peça vende como mercadoria a “atenção pública” ou “audiência” aos anunciantes.

⁶⁹ Disponível em <http://www.vivario.org.br/wp-content/themes/vivario/resultados_relatorios/relatorios_gerais_atividades/plano_trabalho_VR_2013.pdf>, acessado em 17 de fevereiro de 2015.

Figura 19. Plano Comercial da novela Salve Jorge (parcial)

SALVE JORGE
PLANO COMERCIAL

NOVELA

Salve Jorge

ESTREIA: 22/10

NOVELA

N20H

SINOPSE

Morena (Nanda Costa), uma moça simples do Complexo do Alemão, foi uma adolescente rebelde e, por conta do namoro, não concluiu o segundo grau e interrompeu seus planos de conquistar sucesso em uma carreira artística em virtude de uma gravidez precoce e abandono do pai do filho.

Passados quatro anos, Morena está muito segura de si. Acredita que aprendeu a lição da adolescência e que já não será capaz de cair em nenhum engodo. O que a move agora é a firme disposição de investir em si própria e conquistar uma vida melhor para a família. Mora no Morro do Alemão com sua mãe, dona Lucimar (Dina Saez), que anda cheia de problemas de saúde e já não tem a disposição de antes para tanta festa. Morena vê as dificuldades que a mãe enfrenta e sente inado de estar comentando para o mesmo futuro.

Certo dia, Theo (Rodrigo Lombardi), um oficial de cavalaria, cruza o caminho de Morena e, após uma impressão mútua, os dois acabam vivendo um paixão intensa. Fazem planos para morar juntos, e Theo se dispõe a assumir o filho de Morena. Nessa hora, quando tudo parece caminhar para um final feliz, Morena conhece a insidiosa Livia (Cláudia Raia), que promoverá uma reviravolta e radical transformação em seu destino.

Livia é uma mulher bonita, sofisticada, inteligente, de aparência confiável e acima de qualquer suspeita. Apresenta-se como agência de talentos artísticos. Em função dessas atividades, costuma passar longas temporadas fora do país. Numas das vindas ao Brasil, Livia conhece Morena e Sheyla (Lucy Ramos), sua amiga, e as convide para participar de uma seleção. A oferta é tentadora: elas fariam parte de um grupo que se apresentaria por um mês em um grande festival de Islambul, ganhando uma quantia que nunca nenhuma delas havia sonhado possuir. Passagens, passaportes, vistos, diárias, tudo ficaria a cargo da empresa contratante. O convite faz Morena lembrar a adolescência interrompida pela gravidez precoce e acreditar ser essa a sua chance de realizar um trabalho artístico, ganhar dinheiro e melhorar a vida de sua mãe e filho.

COM: DIVISÃO DE PLANEJAMENTO DE MARKETING - DEPTO. PLANEJAMENTO MARKT/SP - E COM 3001 - FONE: (11) 5112-4042 / (11) 5112-4031



Fonte: Rede Globo (Escritório Comercial da emissora em Porto Alegre⁷⁰) e adaptado pela autora.

⁷⁰Recebido de Rita Mesquita da Costa (Rede Globo, sucursal Porto Alegre), em 23 de janeiro de 2015.

Além do plano comercial, a Rede Globo apresenta a estratégia de lançar as telenovelas num grande evento, gerando mídia e visibilidade comercial do produto. No caso de *Salve Jorge*, o evento ocorreu na Sociedade Hípica do Rio de Janeiro, no dia 10 de outubro de 2012, reunindo o elenco e imprensa. O local foi escolhido por comportar a apresentação da cavalaria e de uma banda do Exército, tendo em vista a representação do universo militar na trama.

5.5.1 A Visibilidade Internacional

A novela *Salve Jorge*, assim como muitas produções da Rede Globo, tem sua veiculação em versões internacionais, o que corrobora com a leitura comercial do tema em âmbito global. Na Tabela 5 que segue é possível observar a composição da exportação do conteúdo para outros países de língua portuguesa ou espanhola.

Tabela 5. Veiculação a novela *Salve Jorge* em âmbito internacional

País	Canal	Título local	Estreia
Brasil	Rede Globo	<i>Salve Jorge</i>	22 de outubro de 2012
Portugal	SIC	<i>A Guerreira</i>	23 de setembro de 2013
Angola	TPA	<i>Salve Jorge</i>	23 de outubro de 2013
Chile	Canal 13	<i>La Guerrera</i>	13 de janeiro de 2014
Uruguai	Teledoce	<i>La Guerrera</i>	13 de janeiro de 2014
Albânia	Top Channel	<i>Guximi i Një Gruaje</i>	3 de fevereiro de 2014
Kosovo	Top Channel	<i>Guximi i Një Gruaje</i>	3 de fevereiro de 2014
Argentina	Telefe	<i>La Guerrera</i>	14 de abril de 2014
Cabo Verde	TCV	<i>Salve Jorge</i>	28 de abril de 2014
Nicarágua	Telecienro	<i>La Guerrera</i>	19 de maio de 2014
Moçambique	STV	<i>La Guerrera</i>	A ser lançada
Israel	Viva	<i>Brave Woman</i>	A ser lançada

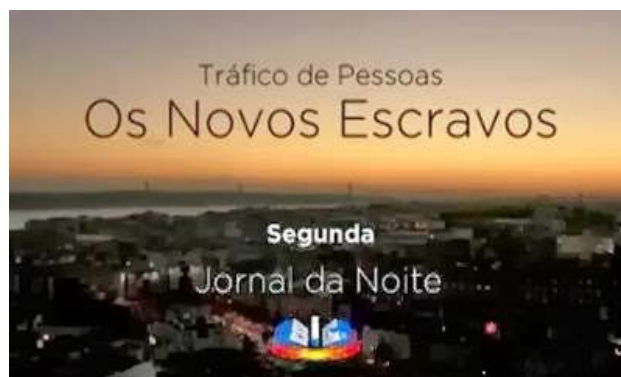
Fonte: Globo Internacional, 2014.

Um fator que merece destaque é a estratégia de sensibilização da audiência em alguns países. Em Portugal, por exemplo, a emissora parceira da Rede Globo (a Sociedade Independente de Comunicação - SIC) produziu um documentário⁷¹ (vide Figura 21) que aborda o Tráfico de

⁷¹ “SIC exhibe "Grande Reportagem" com o tema da novela "A Guerreira"... Na próxima segunda-feira, no "Jornal da Noite", você vai ficar a conhecer "Os Novos Escravos". O tráfico de seres humanos é o último abismo do crime organizado. Os números apontam para 27 milhões de vítimas no mundo. Na "Grande Reportagem SIC" você vai ficar a conhecer a história que inspirou a telenovela brasileira "Salve Jorge", que em Portugal se chama "A Guerreira".

Pessoas e traz nele depoimentos de Glória Perez, ampliando a discussão do tema naquele país e preparando a audiência para o conteúdo da trama. A notícia foi publicada em 15 de dezembro de 2013, cerca de dois meses após a estreia da novela em Portugal.

Figura 20. Frame da vinheta SIC – Tráfico de Pessoas: Os Novos Escravos



Fonte: Site da emissora SIC

Com base nesse contexto, percebe-se que o tema também auxilia na estratégia de exportação de *Salve Jorge*, principalmente por ser uma problemática comum em âmbito global. Outro indicador de tal estratégia está na participação da equipe da Rede Globo na feira *LA Screenings*⁷², em Los Angeles, nos Estados Unidos, onde a emissora segue vendendo suas produções para diversos países do mundo.

Abre-se a discussão para a incorporação de outras práticas de disseminação de conteúdo da novela em outras plataformas, como observado a seguir.

5.5.2 Conteúdos Transmídia

Além da veiculação tradicional da novela pela televisão, a Rede Globo vem investindo em produção de conteúdo para a web, tendo em vista a “penetração e o crescimento sustentado da

Glória Perez, a autora da telenovela, falou à SIC e contou como o tema da sua novela meteu o assunto na ordem do dia. Ana Lúcia Furtado tinha 24 anos e o sonho de comprar uma casa. Em Israel, a realidade foi outra. Descubra o final, no documentário "Tráfico de Pessoas - Os Novos Escravos". O comércio de pessoas rende cerca de 23 mil milhões de euros - a seguir às drogas e às armas, é o maior negócio ilícito. Um crime global, ao qual Portugal não escapa ileso. Segunda, no "Jornal da Noite", as histórias da escravatura dos tempos modernos...". Disponível em: <<http://blog-sic.blogspot.com.br/2013/12/grande-reportagem-os-novos-escravos.html>>. Acessado em 27/09/2014.

⁷² Matéria publicada no site <http://www.telemaniacos.com.br/salve-jorge-e-licenciada-para-israel/>, acessado em julho de 2014

internet na Ibero-América e o acelerado uso das redes sociais virtuais⁷³ na região, especialmente o Facebook e o Twitter” (OBITEL, 2014, p.55). Acompanhando essa tendência, a emissora, além dos capítulos disponíveis para assinantes G1, ofereceu visualização de conteúdo exclusivo em seu site, disponibilizado, em ambiente digital, materiais complementares à trama, ampliando a oferta do tema e extrapolando o horário televisivo. Dentre eles, encontram-se a História em Quadrinhos e o Dossiê do Tráfico, apresentados a seguir.

5.5.2.1 História em quadrinhos – O drama de Jéssica

Dentre os materiais observados, destaca-se a composição de uma história em quadrinhos (HQ) elaborada com o percurso de uma personagem que não apresentou um final feliz esperado no melodrama. Trata-se da traficada Jéssica (vivida por Carolina Dieckman) que desempenhou um papel relevante para a discussão sobre o tema Tráfico de Pessoas, mas sua história não teve sequência até o final da trama, sendo assassinada ao logo da veiculação de *Salve Jorge*.

Para manter viva na memória a personagem e ampliando as possibilidades de dinâmicas de interação com a ficção, a Rede Globo publicou no site da novela a história estilizada num formato HQ (vide Figura 22), contendo os seguintes título e linha de apoio: “O Drama de Jéssica: reveja a história da traficada em quadrinhos”. “Loira lutou muito ao lado de Morena e terminou assassinada por Lívia”.

Salienta-se, porém, que a primeira publicação deste conteúdo data 22 de janeiro de 2013 e, posteriormente, (em 05/01/14 às 08h27), o conteúdo foi reeditado.

⁷³ Segundo dados do OBITEL (2014, p.61), “entre os usuários de ficção, 82% mostraram-se ativos em suas visitas às plataformas selecionadas, sendo suas principais ações comentar, criticar e discutir, com os produtores e com outros usuários, os conteúdos do produto ficcional, isso tomando como referência a participação dentro dos sites oficiais”.

fronteiras, tais como a reunião de convenções existentes em novas combinações, ou a sua exploração em situações que geralmente as proíbem”. Neste caso, a Rede Globo reproduziu algumas cenas e desenvolveu uma arte sobre os frames, transformando a narrativa da serialização numa edição localizada em uma personagem.

A história em quadrinhos produzida pela Rede Globo apresenta um resumo da trajetória de Jéssica e, ao selecioná-la, oferece à personagem um protagonismo paralelo, evidenciado através de um discurso de retomada contextual através do recurso de um narrador que traduz as cenas mais emblemáticas por ela vivida na trama.

Ao transpor o texto narrativo em HQ somente de uma personagem, a autora oferece a ela um grau de relevância, associada ao elemento de inspiração da história de vida de Kelly, aliciada e morta por uma quadrilha em Israel. Portanto, ao emprestar uma nova forma de tradução do texto narrativo em HQ, pode transformar a personagem Jéssica em uma super-heroína, comumente observado em produções desse gênero. Além disso, em HQs com super-heróis tem-se o recurso de um disfarce para ocultar a identidade do protagonista. Nesse caso, o disfarce é o próprio silêncio do crime.

5.5.2.2 Dossiê do tráfico

O Dossiê⁷⁵ do Tráfico (vide Figura 23) refere-se a um conteúdo disponibilizado no site da novela que resume o que seria a documentação dos personagens envolvidos na trama pelo Tráfico de Pessoas.

Segundo a produção do conteúdo, existem três categorias de vínculo: traficadas, traficantes e vítimas. O site apresenta um breve resumo sobre o perfil de cada personagem envolvido no Tráfico, bem como complementa o conteúdo com fotografias e vídeos.

⁷⁵ Informações disponíveis em: <<http://especiaiss3.tvg.globo.com/novelas/salve-jorge/dossie-do-trafico/>>. Acessado em 19 de abril de 2014.

Figura 22. Dossiê do Tráfico



Fonte: Rede Globo, 2013.

A estrutura do dossiê faz alusão a uma estética visual de relatório policial, com ficha técnica dos personagens, símbolos e ícones que remetem a elementos acionados pela esfera legal, como carimbos e algemas. Segundo Fairclough, “um texto só faz sentido para alguém que nele vê sentido, alguém que é capaz de inferir essas relações de sentido na ausência de marcadores explícitos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 113). O fato de “fichar” os personagens produz a localização deles nos seus núcleos narrativos, oferecendo à audiência uma complementação de conteúdo (em texto, fotos e vídeo) que pode ser acionada durante e/ou após a veiculação da novela.

Observa-se que todas as produções transmídia de *Salve Jorge* estão no idioma português, não contemplando o versionamento aos países de língua espanhola, mesmo que atendidos em termos de transmissão da telenovela.

Com base na dramatização observada no presente capítulo, é possível corroborar que a Rede Globo, nas suas diversas derivações do texto da telenovela, se torna um elemento importante

na construção de significações do Tráfico de Pessoas junto à sociedade, sendo responsável por dar luz e voz ao tema, promovendo a sua manutenção conforme o seu interesse mercadológico e reconstruindo e reconfigurando identidades sociais. A seguir, explora-se a repercussão do tema pela mídia, sociedade civil e nas ações de políticas públicas.

6. REPERCUSSÃO DO TRÁFICO DE PESSOAS E AÇÕES DE INTERESSE PÚBLICO

Os acontecimentos vinculados ao tráfico de pessoas anteriores, concomitantes ou posteriores à veiculação da telenovela são analisados, pois tendem a serem lembrados ou vistos como de maior impacto após a veiculação de *Salve Jorge*. As ações de políticas públicas se somam às de ordem civil e religiosa, muitas vezes fundindo os papéis de agentes públicos nesse processo de apoio a um tema de debate público.

Nesse sentido, são apresentadas as campanhas do Governo Federal de enfrentamento ao tráfico humano, bem como as campanhas sociais e religiosas promovidas pela ONG Coração Azul e Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

6.1 CAMPANHAS GOVERNAMENTAIS DE ENFRENTAMENTO AO TRÁFICO DE PESSOAS

O Governo Federal, através do Ministério da Justiça e com o apoio de entidades da sociedade civil e órgãos administrativos, realizou ações de comunicação em pontos estratégicos de migração/deslocamento com o intuito de promover o alerta sobre o problema do tráfico. Divulgadas a partir do ano de 2007, essas campanhas nacionais buscaram passar a ideia de promessas de facilidade que traficantes oferecem para as vítimas.

A ênfase das campanhas é de sensibilização (vide Figura 24), trazendo elementos visuais e o apelo à denúncia como principais enfoques. A maior parte das campanhas tem como ilustração imagens que retratam as vítimas de tráfico para fins de exploração sexual, trazendo o gênero feminino como principal agente vitimado.

Figura 23. Cartazes de sensibilização contra o tráfico humano



Fonte: Ministério da Justiça, Governo Federal, 2007.

Disponível em <<http://www.justica.gov.br/sua-protECAo/trafico-de-pessoas/campanhas/campanhas>>

Em 2012, com o apoio do UNODC, o Ministério da Justiça deu início no país a uma nova campanha de prevenção ao tráfico de pessoas com uma estratégia de sensibilização mais agressiva. Na primeira quinzena de fevereiro daquele ano, diversos materiais informativos – incluindo a simulação de situações em que as vítimas são obrigadas a passar –, foram distribuídos em locais estratégicos, como aeroportos e *shoppings*.

Uma das ações se refere à colocação de uma caixa adesivada, com a imagem de uma mulher aprisionada (Figura 25) circulando na esteira de bagagens nos principais aeroportos do Brasil. O objetivo era de “surpreender e chocar as pessoas, causando reações de empatia, trazendo para a realidade, através de uma imagem lúdica, a maneira como são tratadas as vítimas do tráfico de pessoas” (UNODC, 2010⁷⁶). Foram escolhidas algumas cidades onde o problema é mais evidente para a campanha: Belo Horizonte (BH), Goiânia (GO), Salvador (BA), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Brasília (DF), Recife (PE), Belém (PA), Porto Alegre (RS) e Fortaleza (CE), capitais que são rotas internacionais e que apresentam possibilidades de ação das quadrilhas.

⁷⁶ Texto publicado no link < <http://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/trafico-de-pessoas/campanhas.html>>, no material ilustrativo nominado “Caixa adesivada para esteiras rolantes do desembarque”. Chama a atenção a expressão ‘imagem lúdica’, utilizado na defesa da peça. Questiona-se: como pode haver algum tipo de ‘imagem lúdica’ para representar o tráfico de pessoas?

Figura 24. Ação de sensibilização contra o tráfico humano

Caixa adesivada para esteiras rolantes do desembarque



Cartaz



Fonte: Unodc, 2010, adaptado pela autora.

Disponível em < <http://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/trafico-de-pessoas/campanhas.html>>

A campanha incluiu, ainda, inserções publicitárias contra o tráfico de pessoas em programas de rádio e em sistemas de mídia eletrônica de ônibus (bus TV), trens (linha direta) e no metrô de São Paulo. Pode-se perceber que há um olhar de elucidar o crime, indicando o chamamento para a denúncia, além de circular em ambientes de fluxo e trânsito nacional e internacional. Em consonância com as campanhas promovidas pelo Governo Federal, outras esferas organizacionais realizaram discussão sobre o tema, como ONGs e CNBB, observadas a seguir.

A divulgação de canais de denúncia é explicitada nas peças, corroborando com o lançamento os dados da Central de Atendimento à Mulher (pelo Disque 180), disponível para a sociedade desde o ano de 2005. A questão do gênero é identificada nas peças, onde só existem elementos femininos para elucidar o tráfico de pessoas. Nos casos indicados, o “texto visual”, conforme sugerido por Fairclough (2001), tem como tópico o tráfico de exploração sexual.

Quanto à prática discursiva, o consumo é coletivo, com uma força e coerência de contextualização simbólica estabelecida. A contextualização do local é relevante nessa ação de sensibilização. Dentre os locais mapeados para receber as peças da campanha estão os aeroportos internacionais, ponto de saída das traficadas. Portanto, com uma estratégia de distribuição coerente com o texto proposto.

Outra dimensão de divulgação refere-se à produção de boletins eletrônicos, produzidos pelo Governo Federal. Um deles refere-se ao Informativo Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (ETP), uma publicação interministerial disponibilizada pelo site do Ministério da Justiça, no endereço: www.mj.gov.br/traficodepessoas⁷⁷. A última edição é de Dezembro de 2014 (Edição 2, Nº 28. Vide Anexo H), encerrando o período de gestão do Governo Federal do quadriênio 2010-2014. Em 2015⁷⁸, nenhuma publicação foi realizada, sendo que no ano anterior somaram 10 números (de 19 a 28)⁷⁹. Nesse sentido, percebe-se que a preocupação de disseminar o conteúdo do tráfico e de ampliar sua sensibilização social não se dá de forma contínua, apresentando, portanto, uma data de validade na agenda pública nacional.

6.2 CAMPANHAS SOCIAIS E RELIGIOSAS DE SENSIBILIZAÇÃO AO TRÁFICO DE PESSOAS

O tráfico de pessoas foi tema nas campanhas de sensibilização e de engajamento, tanto de ordem não governamental (como a Campanha do Coração Azul) como de ordem religiosa, com o lançamento da Campanha da Fraternidade de 2014, pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

O tema, portanto, não se restringe à adesão de determinadas esferas sociais, podendo ser incorporado nos discursos de entidades que comungam a necessidade ou o interesse de promover sua discussão. No que se refere às campanhas sociais, a que liderou a disseminação do enfrentamento ao tráfico humano foi a Organização das Nações Unidas através de Escritório UNODC, com o lançamento de campanhas mundiais.

No âmbito religioso, a Igreja Católica adere ao tema na Campanha da Fraternidade de 2014. Desde 1964, após do desenvolvimento do Concílio do Vaticano II, as CFs são incorporadas no calendário evangelizador, tendo seu período de lançamento a quaresma. Ambas as esferas serão detalhadas a seguir.

⁷⁷ Salienta-se que o site está fora do ar, conforme as tentativas realizadas no último período (maio de 2015).

⁷⁸ Anexos I e J ilustram, respectivamente, o *clipping* sobre o tráfico de pessoas produzido pelo Ministério da Justiça as e notícias publicadas pelo UNODC Brasil e Cone sul. O Anexo K reproduz a imagem do site do MJ que está sem atualização, observando a sua última postagem realizada em 10 de dezembro de 2013.

⁷⁹ Disponível em <http://www.justica.gov.br/sua-protecao/trafico-de-pessoas/informativos-etp/2014>. Acessado em 17 de maio de 2015.

6.2.1 Campanhas Sociais de Combate ao Tráfico de Pessoas

O Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC) e o Ministério da Justiça (MJ) do Governo Federal, como ação de política de enfrentamento ao tráfico de pessoas, instituíram, em maio de 2013, a Campanha Coração Azul e escolheram a cantora Ivete Sangalo (vide Figura 26) para representar essa bandeira, legitimando-a como embaixadora nacional da luta contra o tráfico de pessoas no país.

O lançamento da campanha formalizou a criação do novo Escritório de Ligação e Parceria do UNODC junto ao governo brasileiro. A campanha tem como objetivo mobilizar a opinião pública para combater o tráfico de pessoas e foi implementada pelo UNODC em 10 países.

Figura 25. Campanha Coração Azul



Fonte: Campanha Coração Azul. Adaptado pela autora.

Em novembro de 2013, foi aprovada pela Assembleia Geral da ONU a instituição do Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas, tendo como marco o dia 30 de julho. A primeira edição de comemoração foi em 2014, oferecendo maior reforço à campanha do Coração Azul. No Brasil, diversas ações de conscientização ocorreram durante toda a semana comemorativa, tendo sua operacionalização realizada pela Secretaria Nacional de Justiça (SNJ) em conjunto com a rede de Núcleos de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, Postos Avançados de Atendimento Humanizado ao Migrante, Comitês Sociais do Coração Azul e organizações do Comitê Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (Conatrap).

Um exemplo das ações para marcar o 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas (em 30 de julho de 2014) foi a iluminação com a cor azul de pontos turísticos ou monumentos brasileiros, como o Cristo Redentor (no Rio de Janeiro), a esplanada dos ministérios (em Brasília) e o Jardim Botânico (de Curitiba), como observado nas imagens a seguir.

Figura 26. 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas



Fonte: Unodc e Coração Azul. Adaptado pela autora.

A campanha Coração Azul tem sua força na embaixadora, pois a cantora apresenta uma relação de celebridade na sociedade, além de circular na mídia de forma ampla. A Rede Globo tende a capitalizar duplamente com sua presença associada com a campanha, pois ela empresta o seu selo para a artista.

Os elementos textuais se sobressaem na campanha, explorando cor, celebridade/testemunhal e simbologias turísticas nacionais. Porém, a intertextualidade não é atendida no que se refere à análise dos sujeitos, pois pode ser traduzida de forma simplória ou apenas estética a iluminação azul dos monumentos. Diferentemente de outros códigos visuais (como verde e amarelo, para se referir ao Brasil, ou rosa utilizado na campanha contra o câncer de mama, por exemplo), a cor azul não está ainda plenamente associada à campanha *Blue Heart*, inclusive sendo possível haver sobreposições cromáticas (como a campanha de combate ao câncer de próstata). Portanto, a coerência da associação da cor pode não ser atingida na prática discursiva. Por outro lado, o fato de editar cenas urbanas tende a provocar inquietação e a gerar notícia. Sob esse prisma, a prática discursiva é também observada.

6.2.2 Campanha da CNBB

Em continuidade, de ordem religiosa, o tema recebe reforço, tendo na Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) um aliado. Em 5 de março de 2014 (quarta-feira de

cinzas), a CNBB lançou a Campanha da Fraternidade com o tema “Fraternidade e Tráfico Humano”, e como lema “É para a liberdade que Cristo nos libertou”, conforme observado na Figura 28.

Figura 27. Campanha da Fraternidade 2014 e divulgação de curso



Fonte: CNBB, 2014

A campanha da CNBB apresentava como objetivo identificar práticas de tráfico humano em suas várias formas e denunciá-las como violação da dignidade e da liberdade humana, mobilizando a sociedade brasileira para combater o problema.

A campanha tem como objetivo aumentar o conhecimento da população sobre os riscos envolvidos em propostas tentadoras de trabalho no exterior ou em outras cidades e estados. Além disso, quer chamar a atenção para as situações geradoras de vulnerabilidade social que estão na raiz do crime (CNBB, 2014).

Segundo o site da CNBB, o tema foi escolhido depois de ser proposto por grupos de trabalho de enfrentamento ao tráfico de pessoas e de combate ao trabalho escravo. O tema também coincide com o período de realização da Copa do Mundo no Brasil (2014) que, segundo a CNBB, traria mais visitantes ao país e poderá favorecer a atuação de aliciadores e traficantes. A iniciativa da Confederação conta com o apoio da Secretaria Nacional de Justiça do Ministério da Justiça (SNJ/MJ).

Na Campanha da Fraternidade de 2014, o apelo visual é focado no elemento prisional ou nas limitações do caráter escravizador, decorrentes do tráfico humano. O corpo é explorado, mas ilustrado de forma limitada. Cumpre o papel mobilizador, assumindo o tema como elemento de

discussão necessária na agenda da igreja, porém se limita ao uso de imagens com as mãos, dando maior ênfase à exploração servil. Salienta-se que as diferenças de gênero, raça e idade estão atendidas no cartaz.

Em termos de objetivos textuais, a ênfase da campanha está no situada na assistência, situação pertencente à esfera da igreja católica, de apoio ou de auxílio, somando a um discurso de que somos todos filhos e filhas de um mesmo Pai, portanto, iguais.

Salienta-se que, em termos temporais, tanto a campanha Coração Azul como a da Fraternidade sobre o Tráfico de Pessoas são posteriores à veiculação de *Salve Jorge*.

6.3 O TRÁFICO NA PAUTA JORNALÍSTICA

Associado à prática de *merchandising* social presente nas narrativas das telenovelas produzidas e exibidas pela Rede Globo, o caso de *Salve Jorge* ampliou a visibilidade e potencializou o tema Tráfico de Pessoas, ganhando destaque inclusive em alguns noticiários nacionais. Segundo matéria publicada pelo jornal o Estadão, a Secretaria de Justiça (SJ) de São Paulo atestou que a novela influenciou na sociedade. De acordo com dados do SJ, nos primeiros quatro meses de 2013, cresceu em 106% o número de denúncias de pessoas traficadas, quando comparado ao número do mesmo período do ano anterior⁸⁰.

Assim, o tema social conquistou outras telas, sendo abordado em capas de jornais, conteúdo em revistas e programas televisivos. Em termos editoriais e midiáticos, o Tráfico de Pessoas foi pauta em programas jornalísticos brasileiros, estando presente na agenda da imprensa nacional.

Como exemplo, tem-se um esquema de tráfico de pessoas semelhante ao abordado em *Salve Jorge*, que foi alvo da Polícia Federal (PF) brasileira associada à Polícia Espanhola (*Cuerpo Nacional de Policia*), desencadeando a chamada Operação Planeta, em 30 de janeiro de 2013. O objetivo da ação era a de “desbaratar organização internacional, com atuação em ambos os países, dedicada à prática de tráfico de pessoas para fins de prostituição”⁸¹. As aliciadas eram cidadãs

⁸⁰ Foram 124 vítimas entre janeiro e abril de 2013 – 64 a mais do que em 2012. Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/sonia-racy/jorge-salva/> (publicado em 16/05/2013 e acessado em 11/01/2014).

⁸¹ Informações disponíveis em: <http://www.dpf.gov.br/agencia/noticias/2013/01/operacao-planeta-da-pf-combate-traffic-internacional-de-pessoas>. Acessado em 19 de abril de 2014.

brasileiras recrutadas na cidade de Salvador, com a promessa de trabalho na Espanha. Recebiam do grupo além da oferta de emprego, passagem aérea e dinheiro para despesas pessoais. Ao chegar ao território espanhol, eram surpreendidas e expostas a situação degradante de moradia e trabalho, além de tomar ciência de que a dívida, pré-constituída, seria cinco vezes maior.

O trabalho da Polícia Federal foi motivado por uma denúncia recebida pelo “Ligue 180” da Secretaria de Política para as Mulheres (SPM), do Governo Federal. Tal operação foi acompanhada pela Rede Globo Internacional, sendo veiculada como matéria principal durante o programa Fantástico, exibido em 03/02/2013, conforme observado na Figura 29.

Figura 28. Frame da matéria exibida no *Fantástico* (Rede Globo)



Fonte: Globo TV, 2013.

Conforme a matéria veiculada, tal ação teve como motivador uma denunciante: a mãe de uma das aliciadas. Segundo o jornalista que fez a chamada da reportagem, “a mãe fez a denúncia depois de ver a novela *Salve Jorge*, que trata o tráfico internacional de mulheres”. Observa-se, portanto, que o contexto ficcional também subsidia a pauta jornalística e pode-se inferir que a vergonha de uma atividade de prostituição (nesse caso, da filha), dá lugar à exposição, ao holofote, ao espaço de visibilidade. Além disso, há uma autorreflexividade da emissora, que produz o noticiário promovendo a telenovela,

Como indicado por Weber e Souza (2009, p. 142) quando tratam de telenovela, afirmam que “suas tramas são matéria jornalística nos *fait divers* da mídia, capas ou material de referência

em outros programas de entretenimento”. Mesmo que o gênero traga uma assinatura não ficcional, sua trama “entrelaça realidade e não realidade” (*ibidem*) e é a partir desta realidade que o produto telenovela tende a se tornar um fator motivador para pautar fatos jornalísticos. Soma-se a essa reflexão o fato de que a telenovela apresenta um poder diferenciador pelo fato de ser narrativa ficcional de foro íntimo tratado no âmbito público, podendo dar voz a outras denúncias sociais de foro íntimo, porém reais.

No caso do presente estudo, a sincronia temporal da veiculação da novela e do acontecimento jornalístico existe. Com base na orquestração da mídia, a chamada da matéria reforça o peso e o papel da telenovela junto ao receptor, o imbuindo de força ou inspiração para agir. Ao longo da matéria, a correlação da ficção com a realidade é alimentada, borrando as fronteiras entre o produto telenovela e o fato jornalístico. Portanto, há holofotes para todos os lados. De alguma forma, pode-se dizer que a novela chancela ou motiva a pauta jornalística, retroalimentando a mídia como um todo.

Se por um lado o telejornal agenda o cotidiano, a telenovela também acaba desempenhando esse papel, já que tal produto de entretenimento alcança índices de audiência tal qual, e até maiores do que os dos telejornais. O tema discutido numa telenovela tem pautado o telejornalismo, provocando a hibridação entre ficção e realidade.

Soma-se a isso o fato da televisão (neste caso a emissora) falar de si mesma. Para Gomes (2011) a autorreflexividade é uma intertextualidade através da qual o programa pauta a si mesmo e ao restante da grade da emissora, refletindo ele próprio.

Vale salientar que antes da veiculação desta matéria no Fantástico, outras publicações jornalísticas se manifestaram, tendo o tema Tráfico de Pessoas como carro-chefe. Como exemplo sublinha-se algumas projeções regionais e nacionais do tema. Em *Zero Hora*⁸², a matéria de capa da edição de domingo (vide Figura 30) apresenta o tráfico de pessoas, que dá vida e voz a denúncias.

Nessa publicação, a matéria é ilustrada com o rosto da traficada, mesclando elementos que remetem à mercadoria que ela se transformou (matéria completa disponível no Anexo L)

⁸² Jornal do grupo RBS com circulação ampla no RS e SC.

Figura 29. Capa da *Zero Hora*, de 20/01/2013



Fonte: Zero Hora, 2013.

Desfocando do tema trabalhado na presente tese, vale um olhar inquietante ao analisar essa edição de *Zero Hora*. Como observado, a matéria de capa traz a imagem da traficada: uma mulher negra, com enquadramento em primeiro plano e sua imagem desfocada pelas cédulas indicando o processo de mercantilização inerente ao tráfico, ocupando meia página do jornal. Na mesma capa, porém ocupando cerca de $\frac{1}{4}$ da página, tem-se uma jovem mulher, de corpo inteiro, com roupa de praia, ilustrando o que seria a capa de um caderno nominado *Donna*. Não cabe aqui a análise, mas a representação das duas mulheres merece um olhar mais profundo sobre a dualidade de imagem do gênero expressada no mesmo veículo.

Retornando ao tráfico de pessoas, o tema também é abordado como capa na revista *Caros Amigos* de fevereiro de 2013 (vide Figura 31⁸³) e, na revista *Marie Claire*⁸⁴ de janeiro (vide Figura 32). O debate do Tráfico de Pessoas toma corpo, oferecendo ao leitor a possibilidade de manifestar sua posição, assinando uma petição.

⁸³ *Caros Amigos*, 2013, ano 16, ed 183.

⁸⁴ Revista de circulação nacional, publicada pela Editora Globo desde 1991.

Figura 30. Matéria de capa da revista *Caros Amigos*, (2013)



Fonte: Caros Amigos, 2013.

Em *Caros Amigos*, o tema tem como ênfase a quantidade de vítimas, trazendo como imagem uma ilustração de uma jovem, ampliando a possibilidade de interpretação na relação do tráfico sexual e o infantil. Na matéria completa (disponível no Anexo M), a ênfase textual se endereça nos indicadores do tráfico, associado à descrição de trechos da vida de aliciadas ou pesquisadores sobre o tema.

Quanto à prática discursiva, a coerência informacional se estabelece e vai além, pois questiona a ênfase comercial do crime e do processo de vitimização das aliciadas, portanto, associado ao que Fairclough (2001) indica como prática social. Ao promover uma identidade social das traficadas como vitimizadas, a sociedade as coloca numa leitura de situação de vulnerabilidade, de fraqueza. Isso é questionado, pois o fato de denunciar a quadrilha e a sua situação de exploração indica coragem, pois correm risco de vida e de repulsa social e familiar.

No que se refere à orientação econômica do crime, a matéria contempla a organização das quadrilhas, bem como a flutuação do lucro dessas redes. Atualmente, uma das hipóteses de redução de visibilidade do tema se dá justamente pelo fato da crise econômica mundial, com o aumento do câmbio internacional, portanto, gerando redução do turismo de exploração sexual.

Figura 31. Matéria veiculada na revista *Marie Claire*



Fonte: Editora Globo, 2013

Em *Marie Claire*, na edição de janeiro de 2013, é possível observar a ênfase do credenciamento de uma atriz que compôs o elenco da novela – Paloma Bernardi (Rosângela, na trama). Tal situação vai ao encontro do que é afirmado por Weber e Souza (2009, p. 142), quando indicam que “hoje os atores são protagonistas importantes da vida real cumprindo o trajeto das celebridades e do *star system* como dizia Edgar Morin (1989)”.

Ao acionar Fairclough (2001, p. 125) para a análise do discurso jornalístico é possível localizar a ênfase hegemônica do pilar da imprensa, que apresenta “códigos altamente orientados para a instituição”, com elementos fixos próprios do jornalismo (título, cartola, imagem, legenda,

etc.). Tais textos, embora estruturados, têm no seu conteúdo a possibilidade de adaptação de ênfase e viés. Além disso, na concepção de Fairclough, estamos testemunhando um “tecnologização” do discurso, onde as “tecnologias discursivas estão sendo sistematicamente aplicadas em uma série de organizações por pessoas que pesquisam, redesenham e fornecem treinamento nas práticas discursivas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 26). O autor ainda complementa indicando que práticas discursivas “que tradicionalmente pertenciam à esfera particular, estão sendo sistematicamente simuladas dentro de organizações” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 27). Portanto, o fato de assinar uma petição *online* em *Marie Claire* apresenta a dimensão da mudança da prática discursiva, portanto, no uso do canal midiático estabelecido pelo veículo. Esse envolvimento com o leitor pode ser traduzido como indicador de leitura, além de somar com a imagem da própria revista em questão.

Após analisar a repercussão na imprensa sobre o tráfico de pessoas, amplia-se a leitura do estudo ao sublinhar o eixo fora da ficção, atendendo ao pilar político-social, observando a trajetória de como a temática é tratada na legislação brasileira.

6.3.1 Ênfase nas políticas públicas e no amparo legal

O drama do tráfico humano em *Salve Jorge* atua como um alerta para essa situação que faz vítimas em todo o mundo. O debate propiciado na própria telenovela e em outros programas televisivos tem inspirado, de certa forma, mais rigor no combate a esse tipo de crime, pois o tráfico de pessoas está longe de ser apenas ficção.

A lei no 11.106, de 28 de março de 2005 (BRASIL), considera o tráfico de pessoas como,

[...] o recrutamento, o transporte, a transferência, o alojamento ou o acolhimento de pessoas, recorrendo à ameaça ou ao uso da força ou outras formas de coação, ao rapto, à fraude, ao engano, ao abuso de autoridade ou à situação de vulnerabilidade ou à entrega ou aceitação de pagamentos ou benefícios para obter o consentimento de uma pessoa que tenha autoridade sobre outra para fins de exploração. O tráfico de pessoas pode ocorrer sob a forma de exploração da prostituição de outra pessoa ou outras formas de exploração sexual, de trabalho ou serviços forçados, de escravatura ou práticas similares à escravatura, de servidão ou de remoção de órgãos, nos termos da Convenção de Palermo (BRASIL, Lei nº 11.106/2005).

Apesar de ser um problema antigo no País, a discussão sobre o tráfico de pessoas é relativamente nova. Desse modo, compreende-se que o tráfico de pessoas no Brasil esteja em um momento de forte visibilidade. Muitas vezes pela falta de informação, o tráfico de pessoas pode ser entendido erroneamente como prostituição, o que não é considerado um termo adequado uma vez que as pessoas que passam por esse tipo de situação, não a fazem de forma livre e espontânea. A discussão outrora era de classificar e associar as traficadas à prostituição, o que minimizava o debate. Através da novela, a realidade e o sofrimento das pessoas traficadas pode ser acompanhado pelo público.

Como observado, a exploração, nos termos do Protocolo de Palermo, abrange a prostituição de outrem ou outras formas de exploração sexual, o trabalho ou serviços forçados, escravidão ou práticas similares à escravidão, a servidão ou a remoção de órgãos.

No Brasil, como observado, o Governo Federal vem atuando neste tema publicando Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (PNETP) - primeira edição publicada em 2008, e a segunda edição em 2013 -, fruto do debate entre governo em suas diversas esferas, constituindo um Grupo de Trabalho Interministerial (GTI), associado a membros do ministério público e sociedade civil organizada, sempre tendo como referência o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC).

Segundo matéria publicada na VEJA (em 26/02/2013), o tráfico internacional de pessoas é considerado um crime invisível, difícil de ser comprovado e com punições ainda tímidas e foi elencado como prioridade a ser combatida pelo Governo Federal. Segundo especialistas, o Brasil tem uma legislação atrasada, que não tipifica o sequestro de pessoas para tráfico de órgãos, por exemplo. Além disso, as vítimas traficadas têm vergonha ou dificuldade de denunciar a situação e não há profissionais treinados para lidar com o problema. De certa forma, este teor foi também retratado na ficção, em *Salve Jorge*, indicando a vergonha e a dualidade de percepção ou compreensão por parte dos demais membros da família. “É um crime que tem de ser mostrado. As coisas estavam embaixo do tapete”, resumiu a ministra da Secretaria de Política para as Mulheres, Eleonora Menicucci, em entrevista para a revista Veja (2013).

Credenciando este contexto, o II Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas foi lançado em fevereiro de 2013 (mesmo período em que a novela era transmitida), acompanhado pela imprensa nacional (vide Figura 33) que promoveu cobertura do tema⁸⁵.

Figura 32. Frame da entrevista com João Guilherme Granja, Chefe do Gabinete da SNJ (2013)



Fonte: Globo TV, 2013.

O canal GloboNews⁸⁶ é vinculado à Rede Globo que, além de deter maior audiência junto ao receptor, é a maior responsável por efeitos *agenda setting*. Porém, é dependente das relações de poder estruturadas em âmbito político, além de observar continuamente a repercussão de suas tramas junto ao receptor.

Percebe-se que o tema toma proporção maior na imprensa regional e nacional em função da telenovela e que o envolvimento do Governo Federal, com a divulgação do II Plano, tem um papel de coadjuvante. Para corroborar com tal inquietação, em matéria publicada na Folha de São Paulo (28/02/2013), na editoria Opinião, a procuradora Luiza Nagib Eluf⁸⁷, afirma que “Devemos

⁸⁵ João Guilherme Granja, então chefe do gabinete da SNJ, foi entrevistado pela GloboNews com entrada ao vivo em 25 de fevereiro de 2013.

⁸⁶ GloboNews é um canal de notícias da Globo veiculado na rede de televisão por assinatura.

⁸⁷ Procuradora de Justiça aposentada e advogada criminal que integrou a comissão de juristas criada pelo Senado para propor a reforma penal.

reconhecer que a novela *Salve Jorge*, da Rede Globo, está prestando um serviço à população ao abordar de forma clara e didática o tráfico internacional de seres humanos para fins de prostituição” e complementa indicando o poder da televisão junto ao receptor: “Nossa Polícia Federal já instaurou 867 inquéritos policiais sobre o assunto, mas quem precisa estar bem informado sobre os fatos é o povo, a fim de que possa se defender. E as massas só se ligam naquilo que aparece na televisão”.

A temática abordada pela novela sensibiliza (mais que o próprio Plano) uma parcela da população brasileira, inclusive aquela que não sofre suas consequências, mas que a testemunha e a denúncia. Durante o período de 2013 a 2014, os holofotes governamentais e midiáticos estavam direcionados ao tema. Em abril de 2014, após a veiculação de *Salve Jorge*, foi lançada uma pesquisa chamada *Tráfico de pessoas na imprensa brasileira*, realizada pela Repórter Brasil, em parceria com a Secretaria Nacional de Justiça do Ministério da Justiça e com o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC). Tal estudo apresentou um diagnóstico da cobertura dos principais veículos de comunicação do País sobre o assunto, sendo que seus resultados apontaram para a direção de que se trata de um tema pouco atendido nos meios de comunicação brasileiros.

Soma-se a esse agendamento, o lançamento da Campanha da Fraternidade 2014 da CNBB com o tema “Fraternidade e Tráfico Humano”. Assim, nesse conjunto de atores com o direcionamento sobre o mesmo tema, percebe-se que a apropriação do Tráfico de Pessoas se deu de forma concentrada em termos temporais, utilizando a estratégia da autorreflexividade da emissora para a promoção do tema, refletindo na audiência de seus produtos, além do próprio governo aproveitar a onda midiática para dar lançar planos de enfrentamento ou se associando a campanhas sociais, gerando visibilidade às práticas por ele estabelecidas. A seguir, busca-se analisar esses espaços de circulação do tema sob a ótica da tridimensionalidade do discurso.

7. ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO DO TEMA TRÁFICO DE PESSOAS

A Análise Crítica do Discurso tem como objetivo analisar construções ideológicas presentes no discurso, que pode ser composto pela relação tridimensional proposta por Fairclough (2001): texto, prática discursiva e prática social. O discurso, portanto, tem como amplitude analítica a necessidade social em detrimento da individual, considerando sua contextualização de produção.

Nesse sentido, para dar continuidade ao estudo, retomam-se os elementos propostos no esquema do procedimento de pesquisa, observando a tridimensionalidade de Fairclough com base nos espaços de circulação do tema Tráfico de Pessoas realizados por *Salve Jorge*, pela Mídia e pelas Políticas Públicas, englobando neste item os elementos promovidos pelo Estado, ONGs e Igreja, conforme observado na Figura 34.

Figura 33. Detalhamento da ACD utilizada no estudo



Fonte: elaborado pela autora

Em *Salve Jorge* o drama do Tráfico de Pessoas se estabelece, ganhando voz e imagem ao esquema do crime. Na ficção, a construção da identidade social é assumida pelos estereótipos dos personagens, trazendo elementos de representação coletiva. Nesse caso, a traficada assume essa dimensão de protagonista, sendo uma aliada à proposta de uma narrativa convincente à audiência, “leitora” do texto produzido pela telenovela. Os depoimentos de vida também compõe essa textualidade, conferindo elementos de realidade à narrativa.

Na dimensão **texto** da telenovela, os bordões são elementos presentes, especialmente quando for de autoria de Glória Perez. Em *Salve Jorge*, o folhetim esbanjou termos turcos, além dos visuais como dança típica, cenário com balões da Capadócia ou grutas foram continuamente lembrados durante a exibição, (re)situando o telespectador em termos geográficos. Conforme

indica Fairclough (2001, p. 100) “devemos tentar compreender como os membros das comunidades sociais produzem seus mundos ‘ordenados’ ou ‘explicáveis’”. No caso do diálogo, pelo uso de termos específicos ou bordões é possível localizar os personagens em seus núcleos, ora no Brasil, ora na Turquia. Portanto, a ficção empresta um vocabulário próprio do gênero, sendo possível situar os núcleos dramáticos e até mesmo reduzir o elemento naturalmente pesado que o tráfico de pessoas tem em nome do produto melodramático.

Soma-se ao texto o olhar da estética dos personagens e de seus cenários, que também auxiliam a situar o tema no produto melodramático. Nesse sentido, o Exército tem como um de seus elementos o uso do uniforme do batalhão, além da cavalaria que é comumente referenciada em *Salve Jorge*; os membros da Polícia Federal, com seus símbolos consolidados, como os coletes à prova de bala ou distintivos, além do espaço físico da delegacia. As aliciadas, por sua vez, confinadas num ambiente que reproduz o cenário de boate e de moradia-cárcere, utilizando roupas que remetem à exploração sexual e sua função como mercadoria. Em continuidade, tem-se o morro do alemão, com a simplicidade das instalações e diálogos com fala alta e uso de gírias, e assim tantos outros elementos que podem ser analisados, próprios da composição de telenovela.

No que se refere ao gênero, vale salientar a afirmação de Fairclough (2001, p. 252) de há uma assimetria entre homens e mulheres, sendo que a literatura vem observando a existência de redução das atividades ou características consideradas femininas⁸⁸ em detrimento daquelas estabelecidas como masculinas. No presente estudo, essa assimetria é um elemento que une todos os espaços de circulação, pois a mulher é que é retratada ou representada no papel de aliciada. Além disso, em termos de audiência, a telenovela é uma narrativa endereçada especialmente para as mulheres, reforçando a dimensão estratégica da emissora ao protagonizar o gênero de forma heroica. Portanto, o tráfico de pessoas tem, prioritariamente, na mulher a localização da vítima – quando traficada para fins de exploração sexual –, e o crime por adoção ilegal, quando surge, normalmente é realizado pelos braços femininos (quer por motivo de perda, de infertilidade, de desejo de ter uma família).

Quanto à **prática discursiva**, a intertextualidade está presente em *Salve Jorge* tanto no âmbito da construção de sua narrativa, quanto na esfera dos valores socioculturais subjacentes em discursos contidos em sua trama. Soma-se a essa reflexão o que Weber (2000) indica sobre a

⁸⁸Fairclough (2001, p. 253-254) indica que profissões ou atividades exemplificadas na literatura como ‘secretárias’ ou ‘enfermeiras’ são sempre indicadas pelo gênero feminino, enquanto que atividades percebidas como mais nobres ou intelectuais, como ‘aluno’ ou ‘orientador’, são consideradas com o estereótipo masculino.

estética da televisão, dando maior ênfase aos discursos mais facilmente assimiláveis. O tema dramatizado tende a ser melhor interpretado e aceito pelo público ao comparado com aquele abordado de forma dura pela legislação. A novela empresta a suavidade e a estética visual ao tema sombrio do tráfico de pessoas. O *merchandising* social, portanto, é uma estratégia que constitui a prática discursiva, contextualizando a problemática social internacional do tráfico humano, além de trazer os elementos da pacificação do morro do alemão, a fragilidade da representação policial e os problemas que surgem na ausência de uma liderança da força militar.

Em termos de produção e distribuição, a telenovela tem uma penetração elevada, com consumo coletivo e diário, além de contar com elementos transmidiáticos para compor o acesso ao tema e à própria trama (via reprises dos capítulos por intermédio do GShow⁸⁹, como também pela internet por aplicativos móveis). No que se refere aos conteúdos como na História em Quadrinhos e no Dossiê do Tráfico, há uma coerência e intertextualidade, trazendo elementos da novela para outras plataformas e formatos, além de promover a localização dos personagens nos seus núcleos narrativos, oferecendo à audiência uma complementação de conteúdo. A busca do conteúdo é via *web*, com distribuição simples e ativada pelo internauta.

A **prática social** da telenovela está situada na escolha de determinados temas que, com base numa perspectiva crítica, significa oferecer verdade ou restrição, leis mais críveis que aquelas indicadas pelo próprio legislativo. O *Disque Salve* é exemplo disso. É o discurso como orientação política ou ideológica, tirando de cena o apelo mercadológico ou de busca de audiência. Ao dar luz e voz ao tema de interesse público, a novela assume um caráter de verdade, lapidando o tráfico de pessoas como algo real dentro de um espectro ficcional. O que sobra na dualidade entre o real e o ficcional se dá na relevância e na pertinência do tema, que é fato, gira recursos e interesses econômicos e políticos. É um tema capaz de ativar uma rede de comunicação pública ou não, agendando a pauta midiática. Portanto, a relação da ficção com a realidade está mais para a complementaridade que para uma diluição.

O *Disque Salve* disponibilizado durante a veiculação da telenovela, promoveu um movimento de apoio às denúncias, ampliando as possibilidades ou encorajando as famílias das aliciadas a enfrentarem o tráfico de forma mais efetiva. Na matéria do *Fantástico*, por exemplo, a

⁸⁹ GShow é o portal de entretenimento da Globo, que reúne as páginas de novelas, séries, programas de variedades e reality shows da TV, além de conteúdos exclusivos feitos especialmente para a internet. Disponível em www.gshow.com

mudança social é explicitada, indicando que a telenovela foi o elemento motivador para a realização da denúncia. O interesse privado emerge, dando luz ao protagonismo da vida real.

Os índices de veracidade podem, paradoxalmente, estar mais associados à ficção do que as políticas públicas estabelecidas pelo Governo Federal, pois a novela dá cara e corpo à traficada. O governo orbita em leis, planos e programas de enfrentamento, que são impostos e estabelecidos, são unilaterais. A novela é mais relacional, traz outros elementos de interlocução via G1, programas de entretenimento, ou pelos demais produtos televisivos, além de uma série de informações na página de *Salve Jorge*, com dossiês e histórias em quadrinhos. Por outro lado, a história em quadrinhos fantasia o problema, faz da vítima a heroína. Transforma um problema real em gibi, em personagem onde o mal vence, quebrando a lógica da dramaturgia.

Na dimensão de Políticas Públicas uma soma de elementos se faz presente, assumindo um espectro que vai da determinação de planos de enfrentamento e combate ao tráfico de pessoas à tradução de práticas de visibilidade dessas políticas com a realização de campanhas de sensibilização. Em termos **textuais**, a campanha do Governo Federal (vide figuras ilustradas no capítulo 6) traz o corpo em evidência, o sofrimento como um sentimento associado às imagens divulgadas. Além disso, há um apelo de formato inovador, com a representação de uma caixa de madeira que circula na esteira de retirada de bagagem. Tal peça remete à prisão ou associa a traficada a um animal a ser transportado na ala de despacho, que pode gerar um impacto evidente ao público que circula em aeroportos (local de convergência das traficadas e quadrilhas). Ainda assim, remete à prisão, a grades, podendo ter uma dupla leitura visual: (a) o que de fato apresenta, trazendo referências de armadilha que a traficada estaria se sujeitando à exploração sexual; ou, (b) para a população em geral, pode gerar a leitura de que a traficada foi presa, pois praticou uma ação ilegal recebendo, portanto, uma punição.

No que se refere aos documentos de ordem legal, como os Planos Nacionais de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas publicados pelo Ministério da Justiça, por exemplo, o texto é coeso, porém com tradução interpretativa mais restrita. Os artigos desses documentos são regidos pela linearidade que a própria estrutura legal impõe. Cumprem seu papel, mas sempre necessitam da (re)leitura midiática para atingirem de forma ampla a sociedade. Por isso a relevância das campanhas sociais, que dão conta de uma tradução parcial desse conteúdo.

No que se refere à **prática discursiva**, especialmente a de políticas de governo, sua produção é dura, limitada ao fluxo político e somada aos interesses partidários. O último informativo ETP (Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas – Publicação Interministerial), como observado, foi publicado em Dezembro de 2014. Portanto a preocupação de disseminar o conteúdo do tráfico e ampliar sua sensibilização social não se dá de forma contínua, apresentando uma data de validade na própria agenda pública.

Soma-se a isso a leitura que se faz pelo fato de que o Brasil, em 2014, foi alvo de olhares internacionais, pois sediou a Copa do Mundo, potencializando o espaço de visibilidade das políticas públicas durante um período em que o País era pauta internacional. O evento aconteceu, as eleições também, mas o crime do tráfico humano persiste. Pode-se inferir que a prática discursiva é momentânea, promove a mudança social de forma específica, localizada. Há um aproveitamento das lentes direcionadas à nação, o que é uma estratégia de fato, mas a dinâmica de monitoramento do crime deve ser mantida e não pontual⁹⁰.

De alguma maneira, para o governo, o tráfico de pessoas é um tema que não exige ação imediata, diferente de outros problemas como saúde, educação ou mortalidade infantil, pois não há rostos ou corpos visíveis ou estatísticas a serem reduzidas, pois o volume de pessoas envolvidas é desconhecido, apenas estimado. Como **prática de mudança social**, há a possibilidade de negociar prazos. Há um sujeito a quem culpar. O Estado entra como redutor de pena ou como um aliado na negociação, não como responsável único na solução do problema.

É necessário sublinhar que a considerada invisibilidade da prática do tráfico humano e a “cegueira” de muitos órgãos ou pessoas se caracterizam como algumas das diversas dificuldades existentes para que o combate a esse crime avance. Há quem teime em negar sua realidade, assim como observado em *Salve Jorge* por um representante da força militar (Theo), existem aqueles que preferem ignorar a origem de mão de obra considerada escrava, como no segmento de vestuário ou ruralistas que focam no lucro e buscam esvaziar o conceito legal e a política nacional de combate ao trabalho humano. O biopoder se manifesta, como observado por Foucault (2000, p. 306) “com a condição de aceitabilidade de tirar a vida numa sociedade de normalização” O tráfico é uma forma de tirar a vida.

⁹⁰ Soma-se a isso o fato do site <www.mj.gov.br/traficodepessoas> estar fora do ar na última consulta para o fechamento da tese, em 17 de maio de 2015.

A crise econômica pode ser considerada um dos efeitos da redução de luz ao tema. Os dados estatísticos são de difícil acesso ou ainda não plenamente organizados, pois são aglomerados em intervalos de tempo, com frações de 5 anos, por exemplo, não oportunizando uma ação mais eficaz e pontual. Os últimos dados publicados referem-se ao período de 2005 a 2011, portanto, com defasagem ampla e limitando os indicadores de comparação.

Em continuidade à análise, na esfera social, na campanha Coração Azul, a ênfase é a cantora e apresentadora da Rede Globo, Ivete Sangalo, eleita como embaixadora da marca da campanha. Por ter uma identidade visual internacional, a campanha pode até apresentar uma unidade textual no sentido de Fairclough (2001), mas ela não tem apelo ou força, pois sozinha não remete ao conceito do tráfico (ao menos até o presente momento). O foco é institucional, não direcionado ao público que sofre diretamente com o problema do tráfico de pessoas, portanto com limitações de possíveis mudanças sociais. A campanha tende a ser agregadora em termos de práticas discursivas, pois gera manifestações midiáticas pontuais, oferecendo suporte ao tema, mas não apresenta uma densidade para uma efetiva prática social.

Na esfera religiosa, a CNBB assume o tema do tráfico humano em 2014, mas de forma tímida ou menos explícita no que se refere à exploração do corpo. As referências visuais não remetem ao corpo pleno, mas a uma parte dele. No âmbito textual, a disciplina, sob a ótica de Foucault está caracterizada nas mãos algemadas, promovendo a leitura da relação de sujeição e de dominação, sendo o destaque da campanha em termos visuais. Na peça, a representação dos diversos perfis etários e de gênero é evidente, portanto, a pluralidade social está presente, atendendo ao tráfico de pessoas nas diversas classificações estabelecidas pelo Protocolo de Palermo, diferenciando-se dos demais objetos estudados. Por sua vez, a prática social é ampla, pois tem uma penetração em todas as praças católicas do país, mantendo uma unidade nas ações promovidas pela igreja católica ao longo de um período estabelecido (um ano). O fato de oferecer na sua missão a dimensão evangelizadora, a CNBB ganha respaldo de mudança social, sendo possível alterar situações de vulnerabilidade quando localizadas.

Na dimensão referente à mídia, o levantamento sobre o tema é amplo e não se finda. A repercussão midiática se intensifica no período de veiculação de *Salve Jorge*, pois coincide (de forma planejada ou não) com o período de lançamento do II Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas. Para a análise **textual**, em Zero Hora, Marie Claire e Caros Amigos, por exemplo, a

questão do gênero feminino é explicitada, associando o tráfico para fins de exploração sexual de forma direta ao uso do corpo da mulher. Além disso, jovens e negras são as reproduções mais evidentes, correspondendo aos dados de perfil racial e etário indicado pelos órgãos competentes. Imagens, infográficos e entrevistas compõem o repertório textual inerente ao fazer jornalístico, dando luz a nomes e rostos reais, portanto, de ordem privada, tornando-os presentes no debate público, na dimensão de visibilidade.

Na veiculação televisiva, o texto assume postura informacional, trazendo dados e referências policiais ou governamentais. Na GloboNews, o caráter é de serviço, de prestação de contas à sociedade, e no Fantástico, o discurso assume elementos visuais mais complexos, com edições e acompanhamento da ação policial.

No que se refere à **prática discursiva**, em Marie Claire, por exemplo, a atriz que fez papel de traficada é referência. O apelo é somado à projeção mercadológica da personagem. Salienta-se que os veículos, tanto impressos como eletrônicos, além de apresentarem elementos de projeção nacional ou regional, têm em comum a característica da tecnologização do discurso, com estruturas estabelecidas, formatos previamente esperados e com “funções institucionais públicas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 265). No Fantástico, por sua vez, a prática discursiva assume a intertextualidade e autorreferencialidade dos produtos da própria emissora, reforçando o poder nela estabelecido de visibilidade e de promoção do debate público.

A **prática social**, em Marie Claire se dá no envolvimento estabelecido com o leitor, promovendo ou motivando a assinatura de uma petição contra o tráfico de pessoas. Além disso, a mudança social ocorre pela própria disseminação do conteúdo, da relevância que é impressa e do destaque estabelecido ao tema. E esse destaque tende a ser oferecido ou pelo governo, com a implementação de novas políticas públicas e/ou com a geração de indicadores, ou pela prática do *merchandising* social que, ao agendar o entretenimento, pauta a própria imprensa.

Na mídia eletrônica, por exemplo, há uma recontextualização de outras práticas, isto é, “incorporam-nas à sua própria prática, e representam-nas diferentemente em função do seu posicionamento” (FAIRCLOUGH, 2010, p.226) constituindo identidade ao Plano de Enfrentamento ao Tráfico na entrevista com o chefe de gabinete da SNJ na GloboNews ou pela posição de denúncia realizada pela mãe da aliciada, no Fantástico, inspirada no exemplo retratado na novela.

Ao resgatar as hipóteses de pesquisa, pode-se afirmar que em *Salve Jorge* – sob a ótica da dramatização –, encontram-se os elementos inerentes à telenovela, especialmente a brasileira: o protagonismo do bem vencendo o mal, as classes sociais representadas, os afetos e a sensualidade explorados na tela, bem como o enquadramento do corpo como um elemento prioritário da exploração sexual de forma visual. A narrativa nos oferece ainda uma contemporização dos elementos realísticos incorporados na ficção. O tema Tráfico de Pessoas é atravessado pela passionalidade da trama, embora restrinja a temática para aquele classificado como de exploração sexual e de bebês⁹¹.

Pode-se observar que o tráfico humano, ao ser dramatizado responde às práticas discursivas que, como indica Fairclough (2001, p. 121), “são investidas ideologicamente à medida que incorporam significações que contribuem para manter ou reestruturar as relações de poder”. O poder da telenovela se reforça de forma capitular, do cerne da trama com o tema do tráfico romantizado, à religiosidade manifestada (presente inclusive no nome do produto – *Salve Jorge*), além da correspondência temporal de sua veiculação simultânea à de implementação de políticas públicas ou antecedente ao lançamento de campanhas. A telenovela promove um debate público ou ao menos prepara ele e reforça seu papel de interferência na formação da sociedade, como indicado por Weber (2000).

A produção de sentido sobre o tráfico de pessoas se dá de forma mais profunda pela intertextualidade localizada na força e no poder da telenovela *Salve Jorge*, pois nela há a combinação dos elementos próprios do drama, somado às campanhas sociais (*Disque Salve*), os elementos de realidade na ficção (testemunhais, que dão sentido de verdade), além de ela ser acionada na mídia em outros produtos jornalísticos.

A relação de afetividade que existe na telenovela não é a mesma daquela focada na informação jornalística. A protagonista da vida real não tem traços físicos elegantes ou atende a um biótipo promovido pela telenovela. Porém, a traficada na vida real somente se expõe pela justificativa da telenovela e não pela política pública homologada ou pelas campanhas sociais ou

⁹¹ “Os meios de comunicação costumam focar sua cobertura no tráfico internacional de pessoas para fins de exploração sexual, provavelmente influenciados por filmes e novelas, deixando o tráfico interno e o tráfico de pessoas para o Brasil na quase completa invisibilidade. No entanto, o problema mais frequente, com maior volume de vítimas, e no qual se concentram crianças e adolescentes, é o tráfico que ocorre dentro do Brasil, com brasileiros ou imigrantes e para diferentes finalidades, mas que recebe bem menos atenção midiática.” Disponível na página 60 do link : <http://www.justica.gov.br/sua-protecao/trafico-de-pessoas/publicacoes/anexos/trafico-de-pessoas-em-pauta-guia-para-jornalistas.pdf>

religiosas estabelecidas. A vergonha do crime sofrido dá espaço ao reconhecimento que a telenovela a projeta, se tornando protagonista do próprio drama. O público e o privado se fundem. E nessa indistinção nos tornamos reféns da esfera social, sendo esse espaço público considerado um “espaço mundano de que os homens necessitam aparecer”, como indica Arendt (2001, p. 6), dando luz ao tema sombrio da intimidade privada vivida pela aliciada.

Fairclough (2001, p. 129) identifica no discurso a “personalização sintética”, que se refere a “uma simulação de discurso privado face a face em discurso público para audiência de massa (jornais, revistas, rádio e televisão)”. Tal tendência está associada à migração do discurso privado para os domínios institucionais. Porém os poderes institucionais são diferentes, desequilibrados. Há, portanto, uma sobreposição ou uma evidência do poder da dramaturgia ao tratar temas de interesse público.

Como afirmado por Balogh (2002), “a novela transforma-se, em muitos casos, num simulacro precário de espaço público. (...) Com frequência, a mescla entre o real e o ficcional se revela mais eficaz do que outros meios tradicionais para provocar ações sobre o real”. Portanto, o que se percebe é que públicos portadores de determinados repertórios culturais específicos tendem a reagir ao discurso midiático de modo também específico, somando com denúncias ou testemunhando sobre o tema. Nesse sentido, Fairclough (2010, p.228) afirma que “os discursos incluem representações de como as coisas são e têm sido, bem como imaginários, entendidos como representações de como as coisas seriam, deveriam ou poderiam ser”.

Salve Jorge, portanto, permitiu a promoção do tema e gerou debate e inteiração da audiência sobre a problemática social, porém, essa mesma dramatização pode ter provocado a redução do Tráfico de Pessoas, tendo em vista as contradições inerentes ao melodrama. Como exemplo, deu luz ao Exército e sua função como agente para a pacificação do Complexo do Alemão, mas também, desvelou outras faces da corporação, referenciando as disputas internas, os campeonatos e as rivalidades, até mesmo a miopia de um capitão que deveria ser exemplo de agente de cuidado e atenção social do país. Outra contradição situa-se na solução da Polícia Federal, pois o tráfico humano em *Salve Jorge*, foi findado e resolvido, e as instituições políticas se posicionavam para a ação do cuidar das aliciadas, não para julgá-las como migrantes ilegais ou vítimas consensuais da exploração como observado na reflexão sobre o biopoder.

Acionar elementos do romance, localizar os núcleos e arcos dramáticos e promover relações e atravessamentos fazem parte da dinâmica da telenovela. Fairclough (2010, p.227)

afirma que “o discurso incorpora e é incorporado por outros elementos, sem que nenhum deles possa ser reduzido ao outro ou isolado”. Ao trazer elementos de sensualidade e exploração, *Salve Jorge* resgatou um discurso possível de ser trabalhado esteticamente de forma mais efetiva do que as campanhas de governo ou que as campanhas sociais e religiosas repercutidas pela mídia. Assim, a relação com o corpo, acionada por Foucault na dimensão da biopolítica é atendida no melodrama.

O que se percebe, portanto, é que os estudos sobre *merchandising* social em telenovela são estratégicos e relevantes. Há uma lógica funcional inerente ao produto e ele ganha força. O tema social é apropriado pela trama e se torna um elemento adaptado, editado e utilizado para compor dinâmica do entretenimento. Assim o Tráfico de Pessoas assume seu caráter mercadológico no contexto da trama assinando de forma eficaz a estratégia de *merchandising* social de *Salve Jorge*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo reforça a importância cultural e política da telenovela que parte de um programa de entretenimento para tornar-se espaço de intervenção cultural, de discussão da sociedade, de introdução de hábitos e valores, contribuindo para possíveis mudanças sociais ou políticas. Situada na análise de disputa de poder, o produto pode ultrapassar a simples reprodução do sistema, aprofundando questionamentos em torno das relações da cultura e de suas expressões, bem como da comunicação e do próprio poder.

O alto investimento em produções e obras ficcionais seriadas é uma realidade no cenário das grandes redes de televisão e empresas do ramo midiático. Para se manterem ativas e disputarem com a concorrência, lançam de forma contínua produtos inovadores – não somente de ordem tecnológica, mas de ordem interna, como linguagem, temas, ambientações –, buscando manter e criar novos públicos.

Ao dar voz e rosto a uma história e ao inserir no cotidiano do telespectador identidades sexuais estigmatizadas ou personagens em situações de violência (neste caso, o fato de trazer à tona o tema Tráfico de Pessoas), a telenovela afirma seu papel de narrativa capaz de refletir dramas privados que, ao ganharem visibilidade no espaço público se remetem não a um único indivíduo, mas a um coletivo que se posiciona em relação à experiência mediada do outro, produzindo uma percepção de realidade.

No presente estudo, percebe-se que a própria mídia se alimentou da trama da telenovela para dar suporte à pauta jornalística. A ênfase legal foi coadjuvante e a protagonista tem nome: *Salve Jorge*. Com base no percurso realizado, o que se conclui é que o tema repercute na mídia a partir da novela e não do apelo que o próprio tema traz na sua origem. A tese reforçou a capacidade de que certas novelas têm de instaurar o debate público, indo além, sendo alvo do próprio debate, transformando um tema de interesse público em produto.

Nota-se que o *merchandising* social em telenovelas é mais eficaz na promoção e na visibilidade do tema que o próprio debate público/legal, pois atinge o emocional, o lúdico e através dele, o tema, mesmo que suavizado e reificado, permanece mais em foco nos discursos que propriamente o lançamento de um plano nacional de enfrentamento ao tráfico humano promovido pela esfera pública. O poder da telenovela está na dramatização de temas de interesse público que, ao serem romanceados, ganham permanência ou longevidade na agenda midiática.

Na dimensão jurídica, todo cidadão pode ser agente de mudança, denunciador e assumir seu papel social. Na telenovela, não. A ficção, portanto, desloca a responsabilidade, potencializa a crítica e a atenção, mas não compromete o indivíduo.

Há, portanto, um rótulo ou uma maquiagem de um problema social. Ao responder as hipóteses da pesquisa constata-se que, além de promover um tema social, *Salve Jorge*, ao inserir na trama a lente do Tráfico de Pessoas, assume seu poder argumentador e de formadora de opinião, sendo um elemento de reforço mercadológico, promovendo a imagem da emissora. Mesmo que o tema seja atravessado ou observado de forma não adequada em termos de fidelidade legal, econômica ou social, a novela sempre terá como premissa o fato de ser uma obra ficcional, portanto, descompromissada com a realidade em si. Se ela promove essa relação, pontos para ela. Se não o faz, a justificativa está na ficcionalidade do produto. Então, o benefício é garantido. A imagem é preservada e reforçada a cada capítulo. Além disso, por ser de ordem capitular ou com intervalos, como indicado por Machado (2005), o autor da trama pode editar o conteúdo, adequando conforme os índices de audiência, observando o aspecto comercial do produto (Gomes, 2004).

Salve Jorge, como um produto televisivo, oferece texto próprio do gênero narrativo, com elementos visuais enfatizados em vídeos e coesão do encadeamento da serialização ficcional. A lógica de produção, distribuição e consumo situa-se na prática discursiva, e a prática social se endereça na manutenção de audiência, potencializada pela estratégia de agendamento realizada pela própria emissora em produtos de entretenimento e engajamento social, possível de ser estimulado ao longo da veiculação. No que se refere ao envolvimento da prática de mudança social, o *Disque Salve* assume de forma explícita esse papel, além dos indícios estabelecidos nas matérias analisadas, tendo em vista que a novela é citada de forma contínua em diversos produtos do jornalismo, além do entretenimento.

Portanto, mesmo que o discurso analisado em *Salve Jorge* seja de cunho ficcional (inerente ao próprio produto), ele emite efeitos de verdade não só por incorporar testemunhais, mas pelas possibilidades de práticas discursivas e sociais que promove, sendo interpretado na vida real pela audiência. Nesse sentido, o trabalho ideológico da telenovela está no modo de oferecer uma representação da realidade. Em *Salve Jorge*, além do debate do tema, a telenovela trouxe ao *merchandising* social essa dimensão com a inserção de testemunhais. No entanto, há uma questão de nomenclatura que deve ser revista, pois *merchandising* pressupõe contato direto com o produto

no ponto de venda. É até mesmo contraditório instituir uma ação de mercado na esfera social. Não é possível vivenciar, experienciar (ou adquirir) esses temas por intermédio da telenovela. Somente é possível se solidarizar, despertar ‘simpatia’ ao tema. A dissonância do termo ainda é sublinhada quando associa o olhar comercial ao social, pois *merchandising* pressupõe dimensão mercadológica, transformando assim, um problema social em produto a ser comercializado. Tal discussão abre possibilidades para pesquisas futuras.

Respondendo aos objetivos da pesquisa desta tese, em termos temporais, o Tráfico de Pessoas aparece de forma efetiva na dimensão de políticas públicas, inclusive de forma antecedente à veiculação de *Salve Jorge*. Porém, não surge como elemento de amplitude midiática. Na telenovela o tema tem maior apelo e permanência, pois é acionado nos demais espaços de circulação. Assim, a dramatização se sobrepõe ao que seria a política pública, pois há um contexto de visibilidade maior, inerente ao poder da emissora, que também apresenta benefícios de projeção de imagem. Assim, através da ficção o tema se sobrepõe à política pública, que é entendida como caráter de função, de obrigação do governo. Já, na telenovela, o tema assume um caráter de serviço educacional, indo além da dimensão do entretenimento.

Ao estabelecer esse estudo, outras inquietações surgem e podem suscitar novos olhares para continuidade de pesquisas futuras. Uma delas se endereça na possibilidade de promover a comparação da repercussão do tema em outros países em que a telenovela foi veiculada, observando o discurso do tráfico de pessoas em outras esferas midiáticas além do Brasil, tendo em vista a relevância da Rede Globo. Soma-se à possibilidade de realizar um cotejar quantitativo da disseminação do tema na mídia dos diferentes espaços de circulação.

Além desses percursos, outro fator que merece atenção é que há uma mercantilização das relações sociais estabelecidas pela telenovela, pois ao mesmo tempo em que há uma apresentação do tema Tráfico de Pessoas na trama, o próprio produto televisivo exporta a cultura e características brasileiras, como sensualidade e culto ao corpo, ampliando o olhar do aliciador para o país, associado aos fatores econômicos que potencializam o discurso de oportunidade para as aliciadas. Assim, estudos com base na leitura do receptor podem ampliar as análises estabelecidas.

Por fim, afirma-se que o paradoxo se confirma, pois, apesar da ênfase mercadológica do *merchandising* social, o tema apresenta relevância. Assim, no último capítulo, a heroína é a própria telenovela, que cumpre uma prática de mudança social, pauta a imprensa e chancela as

políticas públicas governamentais a ponto delas terem seu espaço limitado ao longo da trajetória temporal, permanecendo o tráfico de pessoas na vida real.

A repercussão do tráfico de pessoas promovida por *Salve Jorge* dura o período de exibição da novela, que colocou o tema em debate, gerou holofote, mas também o tira de cena quando encerra a obra de ficção. A lógica do gênero narrativo é dual, pois impõe limites temporais a essa repercussão.

Como afirma Fairclough (2010, p.226), “discursos são representações distintas da vida social derivadas das posições assumidas. Atores sociais posicionados de modos diversos a ‘veem’ e representam de maneiras diferentes, em discursos plurais”. Nesse sentido, o Tráfico de Pessoas foi assumido um discurso plural, hegemônico, cerne de debate, tanto para promoção de imagem da emissora, como para a projeção de políticas públicas, oferecendo elementos complementares para a audiência que também é cidadã. Porém, o poder do discurso da telenovela oferece maior permanência do tema, ele se faz presente de forma intensa e continuada por um período fixo, além de acionar elementos textuais mais próximos à audiência, mesmo que de ordem ficcional. De forma diversa, estão os demais atores, como mídia e políticas públicas, que debatem o tema de forma pontual, com o retrato da realidade.

As relações de poder são assimétricas, pois há maior visibilidade do tema em *Salve Jorge* que nas demais fontes de referência. A telenovela foi oportuna do ponto de vista da emissora, pois elegeu um tema central que já apresentava manifestações de ordem política, mas teve um incremento de políticas públicas apresentadas durante seu período de veiculação, correspondendo ao efeito de uma prática social, ampliando seu papel como produto do entretenimento. Soma-se ao fato de que o tema é oportunamente editado em produções transmidiáticas, transformado em mercadoria em situações que extrapolam a veiculação, através dos produtos da emissora disponibilizados em plataformas digitais, como na História em Quadrinhos de Jéssica ou no Dossiê do Tráfico.

O poder de *Salve Jorge* está no debate por ela gerado, promovendo uma repercussão do Tráfico de Pessoas para além da ficção, evidenciando a sobreposição da dramaturgia frente aos demais atores ao tratar de temas de interesse público.

REFERÊNCIAS

- ALI, Nabil Sleiman Almeida. **Análise do discurso ideológico no merchandising social**. 2008. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2008.
- ARAUJO, Karina; CANI, Julia; ALVARENGA, Alexandre. Merchandising Social em uma Sociedade de Consumo e da Novela. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010. Vitória. **Anais eletrônicos...** Vitória: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=31500>>. Acesso em: 31 mai. 2015.
- ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.
- AUGÉ, Marc. **A Guerra dos sonhos. Exercícios de etnoficção**. Campinas: Papirus Editora, 1998.
- AUMONT, Jacques. O Filme como Representação Visual e Sonora. In:_____. **A estética do filme**. Tradução Marina Appenzeller. 9 ed. Campinas: Papirus, 2011.
- AUSSERER, Caroline. Controle em nome da Proteção: análise do discurso de tráfico de pessoas como problema de migração. **Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana - REMHU**, Brasília, ano 19, n. 37, p.107-123, jul./dez. 2011.
- BACCEGA, Maria Aparecida. Recepção: novas perspectivas nos estudos de comunicação. **Comunicação e educação**. São Paulo, n. 12, p. 7-16, maio/ago. 1998.
- BALOGH, Anna Maria. Sobre o conceito de ficção na TV. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, 2002. **Anais eletrônicos...** Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/43965134282803526762829444267921494072.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2015.
- BLUMER, Herbert. A massa, o público e a opinião pública. In: COHN, Gabriel (org.), **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional/Ed. da Universidade de São Paulo, 1971.
- BLUMER, Jay G. e GUREVITCH, Michael. Politicians and the Press. An Essay on Role Relationships in Nimmo, D. D. and K. R. Sanders (eds.) **Handbook of Political Communications**. Beverly Hills, CA: Sage, 1981, p. 476-485.
- BRASIL. Secretaria Nacional de Justiça. **II Plano nacional de enfrentamento ao tráfico de pessoas**. Brasília: Ministério da Justiça, 2013. 32 p.
- CALABRESE, Omar. Los Replicantes. In: **Anàlisi, Barcelona**. n. 9, p.71-90, 1984. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41269>>. Acesso em: 31 maio 2015.
- CALAZANS, Flávio. M. A. **Propaganda subliminar multimídia**. São Paulo: Summus Editorial, 2006.
- CASTRO, Maria Lília D. Televisão e publicidade: ações convergentes. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro, 2005. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/58068820956221393051288602537765601083.pdf>>. Acesso em: 5 fev. 2015.

CHAUÍ, Marilena. Prefácio. In: BUCCI, E., KEHL, M. R. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.

CLEMENTE, Andrea Sant'Anna. Merchandising social: a caixa de Pandora da telenovela brasileira. **Comunicação e Inovação**, São Caetano do Sul, v. 11, n. 20, p.58-67, jan-jun 2010.

COMUNICARTE. **Merchandising Social**. Proposta de Temas e Subtemas a serem monitorados. Population Media Center, 2006.

COSTA, F. B. **O que é reificação?** Disponível em: <<http://amantesdasabedoria.blogspot.com/2006/03/o-que-reificao.html>>. Acesso em: 11 out. 2014.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Introduction: Media events in globalized media cultures. In: COULDRY, Nick; HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich. **Media events in a global age**. New York: Routledge, 2010.

DE GENOVA, Nicholas P. Migrant 'Illegality' and Deportability in Everyday Life. In: **Annual Review of Anthropology**, v. 31, 2002, p. 419-447.

DORNELAS, Luciano Ferreira. O Tráfico de Pessoas e o Panoptismo. **Segurança Pública & Cidadania**, v. 3, n. 2, p. 79-89, jul./dez. 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias (Orgs). **Televisão entre o mercado e a academia II**. Porto Alegre: Sulina, 2007. Coleção Estudos sobre o Audiovisual.

_____. Quando e como a TV fala de si. **Revista Eletrônica da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós**. ed. 1, dez. 2004. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/23/24>>. Acesso em: 3 mai. 2013.

FADUL, Anamaria. Telenovela e família no Brasil. 1999. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22., Rio de Janeiro, 1999. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1999. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=45374>>. Acesso em: 31 mai. 2015.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UNB, 2001.

_____. **A Dialética do Discurso**. Revista Teias, v. 11, n. 22, p. 225-234, maio/agosto 2010.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRÉS, Joan. **Televisão Subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Tradução Ernani Rosa e Beatriz A. Neves. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FOUCAULT, Michael. **História da sexualidade 2: o uso dos prazeres**. Tradução Maria Thereza da costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.

_____. **Em defesa da sociedade**: Curso no Collège de France (1975-1976). Tradução Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. **Microfísica do Poder.** (1979). Tradução Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2012.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

_____. **A verdade e as formas jurídicas.** Tradução Roberto Machado e Eduardo Morais. Rio de Janeiro: Editora Nau, 2005.

GLOBO. **Manual de formatos comerciais.** Negócios Globo. 2005. Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/midiakit/Documents/PDFs/formatos+comerciais.pdf>>. Acesso em: 5 fev. 2014.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo.** Salvador: EDUFBA, 2011.

GOMES, Juliana Oliveira. **Arebaba! Telenovela e autoria.** Caminho das Índias, Glória Perez e os relatos de migrantes e viajantes. 2013. Dissertação - (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2004.

GRASSO, Aldo. **Prima Lezione sulla televisione.** Roma-Bari: Editori Laterza, 2011.

HAMBURGUER, Esther. Telenovelas e Interpretações do Brasil. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n. 82, p. 61-86, 2011.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado.** A sociedade da Telenovela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

HERZ, Daniel. **A História Secreta da Rede Globo.** Porto Alegre: Ortiz, 1991.

IBOPE. **O merchandising não é mais o mesmo. Principalmente a forma de medi-lo.** IBOPE MEDIA 2012. Disponível em: <http://www4.ibopec.com.br/merchanview/Evento_Merchanview_DadosMaio2012.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2014.

JACKS, Nilda. **Meios e Audiências.** A emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____.; PIEDRAS, Elisa; MENEZES, Daiane. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio.** São Paulo: Editora Ática, 2002.

JESUS, Silvia Terezinha Torreglossa de. **Função educativa da telenovela brasileira: do merchandising social à ação socioeducativa em *Salve Jorge*.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2013.

LAFER, Celso. **A Reconstrução dos Direitos Humanos: um diálogo com o pensamento de Hannah Arendt**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

LIMA, Solange; MOTTER, Maria Lourdes; MALCHER, Maria Atáide. A telenovela e o Brasil: relatos de uma experiência acadêmica. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 23, n.1, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação e Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17-34, ano IX, ECA/USP, jan/abr, 2003.

_____. Telenovela e Direitos Humanos: A Narrativa de Ficção como recurso comunicativo. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., Curitiba, 2009. **Anais eletrônicos...** Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-3347-1.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2015.

_____. A telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, ano 3, n. 1, 2009.

_____.; GÓMEZ, Guillermo Orozco. (Orgs.). **Convergências e transmidiação da ficção televisiva**. Obitel, 2010. São Paulo: Editora Globo, 2010.

_____.; OROZCO GOMES, Guillermo (Orgs.). **Memória social e ficção televisiva em países ibero-americanos: anuário Obitel 2013**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____.; OROZCO GOMES, Guillermo (Coord.). **Estratégias de produção transmídia na ficção televisiva: anuário Obitel 2014**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____.; MUNGIOLI, M. C. P. Ficção televisiva transmidiática: temáticas sociais em redes sociais e comunidades virtuais de fãs. In: LOPES, M. I. V. (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 241-296.

LUKÁCS, Georg. **História e consciência de classe**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MACHADO, Arlindo. **Televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MARQUES, Ângela Cristina. Da Esfera Cultural à Esfera Política: a representação da homossexualidade nas telenovelas e a busca por reconhecimento. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, 2002. **Anais eletrônicos...** Salvador: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_np14marques.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2015.

_____. MAIA, Rousiley. Apelo emocional e mobilização para a deliberação: o vínculo homoerótico em telenovelas. In: MAIA, Rousiley (Org.). **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva**. São Paulo: Senac, 2001.

_____. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

MEMÓRIA GLOBO. **Autores – Histórias da Teledramaturgia**. São Paulo: Editora Globo, 2008.

MIGUEL, Luis Felipe. Meios de comunicação de massa e política no Brasil. **Diálogos Latinoamericanos**, n. 3, p. 43-70, 2001. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16200302>>. Acesso em 12 abri.2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social. In: _____. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 9-30.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e Realidade: A construção do cotidiano na telenovela**. São Paulo: Alexa Cultural, Comunicação & Cultura - Ficção Televisiva, 2003.

_____. Mecanismos de renovação do gênero telenovela: Empréstimos e doações. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de Lopes (Org.). **Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade**. São Paulo: Loyola, 2004.

MOTTER, Maria Lourdes; JAKUBASZKO, Daniela. Os limites do merchandising social na telenovela brasileira. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008. Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0258-1.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2015.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma et al. Merchandising Social e Ficção Televisiva em países ibero-americanos: temas e produção de sentido. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, **Resumos...**São Paulo, 2011.

NICOLOSI, Alejandra. **Merchandising social na telenovela brasileira**. Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2009.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena S. e RAMOS, José Mário O. **Telenovela, história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

OIT – ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2012. **Cidadania, Direitos Humanos e Tráfico de Pessoas: Manual para Promotoras Legais Populares / Organização Internacional do Trabalho; Programa de Segurança com Cidadania (MDG – F)**, 2ª ed. revisada e ampliada – Brasília: OIT, 2012.

PALLOTTINI, Renata. Telenovela: os bons e os maus. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 23., Manaus: 2000. **Anais eletrônicos...** Manaus: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2000. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/4bf00bc02360592f1d2dcd308f356124.pdf>>. Acesso em: 12 abri. 2015.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC/Fapesp, 2013.

_____. Política da imagem na era da convocação. **Significação**, São Paulo, ano 39, n.37, p. 167-187, 2012.

PORTO, Mauro Pereira. **Televisão e Política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência.** Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

QUEIROZ, Adolpho C. F. **TV de Papel, A Imprensa como Instrumento de Legitimação da Televisão.** São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/Umesp, (e-book), 2010.

SCHIAVO, Marcio Ruiz. Merchandising social: as telenovelas e a construção da cidadania. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, 2002. **Anais eletrônicos...** 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: 31 mai. 2015.

SCHIAVO, Marcio Ruiz. Dez Anos de Merchandising Social. In: INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., Brasília, 2006. **Anais eletrônicos...** Brasília: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/120978737171710494144163695234717744651.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2015.

KNEWITZ, Anna Paula; SCHMITZ, Daniela; PIEDRAS, Elisa Renhairdt; WOTTRICH, Laura. H.; SILVA, Lourdes; PIENIZ, Mônica; JACKS, Nilda. A.; John, Valquíria (Orgs.). **Meios e Audiências II. A consolidação dos estudos de recepção no Brasil.** 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SODRÉ, Muniz. Televisão, manipulação e política. In: _____. **O Brasil simulado e o real: ensaios sobre o cotidiano nacional.** Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1990.

SOUZA, Maria Carmen Jacob de. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas brasileiras: notas metodológicas. In: BARRETO, R.; SOUZA, M. C. J. (Orgs.). **Bourdieu e os estudos de mídia: campo, trajetória e autoria.** Salvador: Edufba, 2014, p.13-40.

_____. **Telenovela e Representação Social** – Benedito Ruy Barbosa e a Representação do Popular na Telenovela Renascer. Rio de Janeiro: E-Papers serviços Editoriais, 2004.

_____.; BORELLI, Sílvia; COCO, Pina; BARRETO, Rodrigo. **Analisando Telenovelas.** Rio de Janeiro: E-Papers serviços Editoriais, 2004.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

TRINDADE, Eneus; MAURO, Rosana. Telenovela e discurso como mudança social na análise da personagem Maria da Penha em *Cheias de Charme*. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 169-182, jul./dez. 2012.

TUFTE, Thomas. **Telenovelas, Culture and Social Change - from Polisemy, Pleasure and Resistance to Strategic Communication and Social Development.** UNESCO Chair of Communication (Feb-May 2003). Universidad Autonoma de Barcelona, Spain & Associate Professor. University of Copenhagen, Denmark. Disponível em <http://www.academia.edu/822907/Telenovelas_Culture_and_Social_Change_-_from_Polisemy_Pleasure_and_Resistance_to_Strategic_Communication_and_Social_Development>. Acesso em: 31 mai. 2015.

XAVIER, Nilson. **Almanaque da telenovela brasileira.** São Paulo: Panda Books, 2007.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre: Editora da Universidade, UFRGS, 2000.

WEBER, Maria Helena; SOUZA, Carmen Jacob de. Dramatizações da Política na Telenovela Brasileira. In: GOMES, I. M. M. (Org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: Edufba, 2009, p. 141-172.

_____.; SOUZA, Carmen Jacob de. Autoria no campo das telenovelas brasileiras: a política em *Duas caras* e em *A favorita*. In: SERAFIM, J. F. (Org.). **Autor e autoria no cinema e na televisão**. Salvador: Edufba, 2009, p.79-119.

ANEXOS

ANEXO A – TABELA DE AUDIÊNCIA DE *SALVE JORGE*

Tabela produzida pelo site Telemaníacos.

Disponível em <http://www.telemaniacos.com.br/salve-jorge-tabela-de-audiencia/>

CAPÍTULO	DATA	IBOPE	CAPÍTULO	DATA	IBOPE	CAPÍTULO	DATA	IBOPE
1	22/out	35	31	26/nov	32	61	31/dez	18
2	23/out	37	32	27/nov	30	62	01/jan	28
3	24/out	33	33	28/nov	27	63	02/jan	32
4	25/out	34	34	29/nov	29	64	03/jan	33
5	26/out	32	35	30/nov	28	65	04/jan	30
6	27/out	25	36	01/dez	27	66	05/jan	24
7	29/out	32	37	03/dez	33	67	07/jan	32
8	30/out	31	38	04/dez	32	68	08/jan	32
9	31/out	30	39	05/dez	29	69	09/jan	33
10	01/nov	30	40	06/dez	30	70	10/jan	34
11	02/nov	30	41	07/dez	29	71	11/jan	31
12	03/nov	26	42	08/dez	25	72	12/jan	30
13	05/nov	33	43	10/dez	33	73	14/jan	34
14	06/nov	31	44	11/dez	31	74	15/jan	35
15	07/nov	29	45	12/dez	28	75	16/jan	36
16	08/nov	30	46	13/dez	32	76	17/jan	35
17	09/nov	30	47	14/dez	29	77	18/jan	32
18	10/nov	25	48	15/dez	26	78	19/jan	29
19	12/nov	35	49	17/dez	31	79	21/jan	37
20	13/nov	33	50	18/dez	28	80	22/jan	37
21	14/nov	33	51	19/dez	31	81	23/jan	33
22	15/nov	29	52	20/dez	30	82	24/jan	30
23	16/nov	28	53	21/dez	26	83	25/jan	32
24	17/nov	23	54	22/dez	25	84	26/jan	26
25	19/nov	32	55	24/dez	19	85	28/jan	39
26	20/nov	33	56	25/dez	29	86	29/jan	38
27	21/nov	30	57	26/dez	32	87	30/jan	31
28	22/nov	31	58	27/dez	34	88	31/jan	34
29	23/nov	27	59	28/dez	30	89	01/fev	34
30	24/nov	24	60	29/dez	27	90	02/fev	30

CAPÍTULO	DATA	IBOPE	CAPÍTULO	DATA	IBOPE	CAPÍTULO	DATA	IBOPE
91	04/fev	37	121	11/mar	39	151	15/abr	42
92	05/fev	37	122	12/mar	38	152	16/abr	40
93	06/fev	34	123	13/mar	36	153	17/abr	41
94	07/fev	36	124	14/mar	36	154	18/abr	39
95	08/fev	34	125	15/mar	37	155	19/abr	40
96	09/fev	29	126	16/mar	33	156	20/abr	34
97	11/fev	35	127	18/mar	39	157	22/abr	40
98	12/fev	35	128	19/mar	40	158	23/abr	42
99	13/fev	34	129	20/mar	39	159	24/abr	38
100	14/fev	36	130	21/mar	38	160	25/abr	40
101	15/fev	36	131	22/mar	38	161	26/abr	39
102	16/fev	32	132	23/mar	35	162	27/abr	33
103	18/fev	35	133	25/mar	41	163	29/abr	42
104	19/fev	41	134	26/mar	40	164	30/abr	39
105	20/fev	33	135	27/mar	38	165	01/mai	40
106	21/fev	37	136	28/mar	37	166	02/mai	38
107	22/fev	37	137	29/mar	38	167	03/mai	36
108	23/fev	32	138	30/mar	32	168	04/mai	34
109	25/fev	38	139	01/abr	40	169	06/mai	45
110	26/fev	37	140	02/abr	42	170	07/mai	41
111	27/fev	34	141	03/abr	40	171	08/mai	39
112	28/fev	37	142	04/abr	38	172	09/mai	41
113	01/mar	37	143	05/abr	38	173	10/mai	38
114	02/mar	33	144	06/abr	33	174	11/mai	34
115	04/mar	39	145	08/abr	39	175	13/mai	43
116	05/mar	39	146	09/abr	40	176	14/mai	43
117	06/mar	35	147	10/abr	38	177	15/mai	42
118	07/mar	38	148	11/abr	38	178	16/mai	44
119	08/mar	34	149	12/abr	38	179	17/mai	46
120	09/mar	30	150	13/abr	36	MEDIA		34

ANEXO B - PRODUÇÃO CADASTRADA NA CAPES – DOMÍNIO PÚBLICO – 'TELENOVELA'

TÍTULO	AUTOR	PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO CAPES	Nº de exames	Ano
1. A imagem simbólica das cores rasóis na mídia brasileira, o negro nas telenovelas	Igor Bergamo Nnyos Gomes	UFMA - CIÊNCIAS SOCIAIS - Mestrado	731	2008
2. A construção da personagem afrodescendente na telenovela brasileira sob uma perspectiva discursiva	Adriana dos Reis Silva	PUC/MG/LETRAS - Mestrado	212	2009
3. A construção dos sentidos da masculinidade na telenovela A Favorita. Um diálogo entre as representações da masculinidade na telenovela e as representações das manifestações discursivas (...)	Danielcia Jakubastko	USP/CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Doutorado	146	2010
4. A fabricação do consumo: estratégias de merchandising na telenovela belissimas	Carlos Eduardo Desan Scopinho	UNIP/COMUNICAÇÃO - Mestrado	368	2008
5. A linguagem visual de porcina: estudo sobre a recepção das figurinas da personagem da telenovela Roque Santeiro	Christina Vieira Braga dos Santos	UFPA/ARTES VISUAIS - Mestrado	197	2010
6. A notícia na cena: noticiário jornalístico e telenovela brasileira	Maria de Fátima Barreto Bastos	UFBA/ARTES CÊNICAS - Doutorado	186	2010
7. A reprodução dos gêneros eletrônicos analógico-digital: telenovela, telenovela e webnovela	José Afencar Diniz	PUC/RJ/COMUNICAÇÃO SOCIAL - Doutorado	285	2009
8. As representações políticas nas telenovelas	Luiz Paulo Potenza Xavier	UNIMAS/COMUNICAÇÃO - Mestrado	431	2005
9. Comunicação, recepção e consumo: as manifestações culturais e sua influência na formação das identidades: um estudo sobre as telenovelas "Dois Caras" (brasileira) e "X Ojota" (portuguesa)	Maria Amélia Paiva Azeite	ESPM/COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO - Mestrado	688	2010
10. Configurações Estéticas e figurino da telenovela O Crime	Eliisa Fajotti Navarro	UNIP/COMUNICAÇÃO - Mestrado	340	2007
11. Dissuindo Montanhas: hibridações entre o real e o ficcional na narrativa da telenovela	Larissa Letia Foneira Rocha	UFF/COMUNICAÇÃO - Mestrado	193	2008
12. Entre o entretenimento e a crítica social: a telenovela moderna da Rede Globo	Maurício Timor Piqueira	PUC/SP/HISTÓRIA - Mestrado	192	2010
13. Escritas refletidas nas noites globais - estudo de representações de idosos nas telenovelas da Rede Globo	Maria Helena Castro de Oliveira	PUC/RJ/COMUNICAÇÃO SOCIAL - Doutorado	183	2008
14. Estudos de telenovela no Brasil: o perfil dos atos 80	Catherine Marques Castro	PUC/RJ/COMUNICAÇÃO SOCIAL - Mestrado	034	2008
15. Jornalismo e ficção: a telenovela exibindo a imprensa	Cláudia de Albuquerque Thomé	UFPA/COMUNICAÇÃO - Mestrado	365	2005
16. Mercado social na tv global: o outro espetáculo do horário nobre - Uma análise sobre a institucionalização do merchandising social na telenovela das oito	Guiliana Regina Amaral Reginaldo	FCL/COMUNICAÇÃO - Mestrado	233	2008
17. Merchandising social: o caixa de pandora da telenovela brasileira	África Sant' Anna Clementine	UNISO/COMUNICAÇÃO E CULTURA - Mestrado	159	2009
18. Merchandising social na telenovela brasileira. Um diálogo possível entre ficção e realidade em "Faginas da vida"	Alexandra Pia Nicolosi	USP/CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Mestrado	145	2009
19. Mídia-educação e as relações de poder-saber: uma análise discursiva da telenovela malinção	Adriana Duarte Coelho Vieira	UNIFAL/LINGUÍSTICA APLICADA - Mestrado	307	2008
20. Mulheres Apaixonadas: a imagem da mulher contemporânea na telenovela	Elaine Aparecida Souto Antunes	USP/LINGUÍSTICA - Mestrado	139	2009
21. O amor em cena? Um estudo sobre o consumo da telenovela Malinção por jovens educandos das redes de ensino pública e privada	Olietas da Silva	UFSC/EDUCAÇÃO - Mestrado	193	2008
22. "O discurso sobre e das personagens homossexuais das telenovelas: regiões de poder, saber e dizer"	Carla Cacluta Krauss de Lima	USP/RP/PSICOLOGIA - Mestrado	197	2007
23. O professor como personagem na telenovela: identidade docente e intenção com a imagem da TV	Joanize Lew Da Silva	UFV/EDUCAÇÃO - Mestrado	233	2008
24. Os efeitos de personagens LGBTs de telenovelas na formação de opinião dos telespectadores sobre a homossexualidade	Wilton Danier Trindade	PUC/SP/COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA - Mestrado	252	2010
25. Recepção de telenovelas: identidade e representação da homossexualidade. Um estudo de caso da novela "Mulheres Apaixonadas"	Joselma Buzquet Tonon	UNESP/BAU/COMUNICAÇÃO - Mestrado	253	2005
26. Representações das identidades indígenas na telenovela Senhora do Destino	Silvia del Valle Gomide	UNB/COMUNICAÇÃO - Mestrado	166	2006
27. "Tá ligadô?" Diálogos entre aplicações e telenovelas da Rede Globo: interfaces na construção da compreensão da sexualidade	Gabriela Maria Dutra De Carvalho	UFES/EDUCAÇÃO - Mestrado	152	2009
28. Telenovela como instrumento de discussão sobre direito de cidadania: potencialidades e limites	Aline Martins Coelho	UNB/EDUCAÇÃO - Mestrado	99	2009
29. Telenovela e comor: um encontro nos capangulos	Luiz Fernando Ferreira de Araújo	UNB/EDUCAÇÃO, ARTE E HISTÓRIA DA CULTURA - Mestrado	85	2008
30. Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular	Urien Sifuentes dos Santos	UFAM/COMUNICAÇÃO - Mestrado	105	2010
31. Telenovela e comportamento social - A questão das drogas em "O Clone"	Plábio Marcos Martins Desidério	UFPA/SOCIOLOGIA - Mestrado	254	2004
32. Telenovela e identidade nacional no iberepáso: explorações metodológicas da recepção internacional de caminho das índias em comunidades virtuais	Denise de Oliveira Freire	USP/CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Mestrado	114	2010
33. Telenovela: o olhar capturado: construção da tilade telespectador, corpo e imagem	Cimara Apostolico	PUC/SP/COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA - Mestrado	373	2008
34. Telenovela: técnicas de criação do popular e do massivo	Marcília Mendes da Rocha	PUC/SP/COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA - Doutorado	270	2008
35. Uma representação midiática de jovem e de escola: a telenovela Malinção e seus modos de endereçamento	Lidia Miranda Coutinho	UFES/EDUCAÇÃO - Mestrado	174	2009
36. Vidas opostas, vidas espóreas: a violência na telenovela	Manane Harumi Murakami	USP/CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Mestrado	131	2009
37. Vozes da cidade: o sentido da telenovela na metrópole paulistana	Jaime Aparecida Marques	USP/CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - Doutorado	267	2008

**ANEXO C – PRODUÇÃO CADASTRADA NA CAPES – BANCO DE TESES – BUSCA
POR ASSUNTO: ‘MERCHANDISING’**

1. SILVA, MARCO ANTONIO DA. **ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS DOS APRESENTADORES DO PROGRAMA HOJE EM DIA DA TV RECORD NAS AÇÕES DE MERCHANDISING** ' 01/06/2011 84 f. MESTRADO ACADÊMICO em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE PAULISTA
2. BRAGA, JACY FERREIRA. **O MERCHANDISING NO CIBERESPAÇO: O CONSUMIDOR COMO MÍDIA E PRODUTO** '01/02/2011 121 f. MESTRADO ACADÊMICO em COMUNICAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE PAULISTA Biblioteca Depositária: UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP
3. GRAZIANO, GRAZIELA OSTE. **MARKETING DE RELACIONAMENTO: A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E O ENDEMENTO DO MARKETING NA INDÚSTRIA DE PRODUTOS ORGÂNICOS** ' 01/06/2011 154 f. DOUTORADO em ADMINISTRAÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO Biblioteca Depositária: BIBLIOTECA JOSÉ TOROPOLI
4. JUNIOR, CLAUDIO FERRARAZ. **STAR WARS: UM ESTUDO SOBRE O UNIVERSO DA FRANQUIA CINEMATOGRAFICA**. '01/12/2012 106 f. MESTRADO ACADÊMICO em IMAGEM E SOM Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS Biblioteca Depositária: BIBLIOTECA COMUNITÁRIA DA UFSCAR
5. QUEIROZ, MONICA ELIZA ARRUDA. **AVALIAÇÃO MULTICRITÉRIO DE RISCOS EM CONTRATOS COMERCIAIS DE TERCEIRIZAÇÃO: UMA ABORDAGEM DE CLASSIFICAÇÃO COM O ELECTRE TRI** ' 01/08/2011 85 f. MESTRADO PROFISSIONAL em ENGENHARIA DE PRODUÇÃO Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO Biblioteca Depositária: CENTRAL DA UFPE
6. SILVA, ELIAS ANDRE DA. **O COMPORTAMENTO DO VERBO PODER NO PORTUGUÊS DO BRASIL** ' 01/09/2012 301 f. DOUTORADO em LETRAS Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO Biblioteca Depositária: BIBLIOTECA CENTRAL DA UFPE
7. ALMEIDA, EDGAR. **A COMUNICAÇÃO DE MERCADO E A ATMOSFERA DO SHOWROOM: ASPECTOS POLISSÊMICO DO DISCURSO PERSUASIVO**. ' 01/04/2012 341 f. MESTRADO ACADÊMICO em COMUNICAÇÃO SOCIAL Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO Biblioteca Depositária: JALMAR BOWDEN

ANEXO D – PRODUÇÃO CADASTRADA NA CAPES – PORTAL CAPES - BUSCA POR ASSUNTO: ‘MERCHANDISING SOCIAL’

Análise do discurso ideológico do merchandising social

Ali, Nabil Sleiman. Almeida Schmidt, maria Luisa Sandoval 2008

O presente trabalho analisou o discurso ideológico do merchandising social, fenômeno presente atualmente em todas as telenovelas da Rede Globo de Televisão, a partir da visão do seu maior ideólogo e representante das idéias da emissora, Márcio Ruiz Schiavo. As idéias desse autor foram analisadas sob a perspectiva teórica da Teoria Crítica, sobretudo a partir dos conceitos elaborados por Theodor Adorno e Max Horkheimer a respeito da formação, experiência formativa, educação, indústria cultural, ideologia, comunicação, informação, semiformação, sociedade administrada, televisão e cultura de massas. Apresentou-se a definição do merchandising social como um instrumento de educação voltado para as massas, cuja origem remete às técnicas de marketing comercial, marketing social e merchandising comercial, bem como à chamada entertainment education, estratégia implementada nas telenovelas da rede de televisão mexicana Televisa. A análise procurou identificar as lacunas ideológicas na gênese e na práxis desse pretensão instrumento educativo. Assim, concluiu-se que, ainda que se obtenham resultados socialmente desejáveis com tal instrumento ideologicamente “vendido” como educativo, o que se tem por “educação” na visão de quem o defende como eficiente agente social do ensino informal é, na verdade, adaptação, reprodução do saber e heteronomia. Além de constituir um eficiente agente de auto-promoção da emissora, o merchandising social contribui para a manutenção da sua hegemonia e do status quo vigente. This research analyzed the ideological discourse behind a phenomena which is nowadays present in all soapoperas in Rede Globo de Televisão: the social merchandising. It is analyzed through the ideas of its greatest ideologist and representer of the organization’s ideas, Márcio Ruiz Schiavo. The author’s ideas are analyzed from the perspective of Critical Theory, specially the Theodor Adorno and Max Horkheimer’s concepts of formation, formative experience, education, cultural industry, ideology, communication, information, semi-formation, administered society, television and mass culture. It is presented the definition of social merchandising as an educational device directed to the mass, whose origin lies in the concepts of commercial marketing, social marketing and commercial merchandising, as well as in the entertainment education strategy implemented in soapoperas of the mexican television Televisa. The analyzes intended to identify the ideological gaps in the social merchandising genesis and praxis. We concluded that, even considering that this devided ideologically presented as educational can produce social desirable results, the conception of education in which it is based actually means adaptation, knowledge reproduction and heteronomy. Besides acting as an efficient self-promotion agent for the organization, the social merchandising contributes to the maintaining of its hegemony and of the status quo.

Temática, tema e merchandising social em telenovela: memória, recepção, percepção.

Souza, Marcílio Soares De Citelli, Adilson Odair 2009

Essa tese consiste num esforço acadêmico multidisciplinar em compreender alguns aspectos relacionados à veiculação de abordagens sociais em telenovela brasileira específica: lembranças, recepção e percepção. Por meio de investigação empírica objetivou-se a levantar, em primeira instância, as lembranças das Temáticas, Temas e Merchandising Social de telespectadores da telenovela “Páginas da Vida”, escrita por Manoel Carlos, para a Rede Globo de Televisão. Em um segundo momento procurou-se verificar e analisar as principais mediações, em especial os níveis educacionais formais, atuantes na recepção de fragmentos das abordagens sociais veiculados na telenovela já mencionada. E, finalmente, buscou-se avaliar a percepção dos mesmos conteúdos, levando em consideração, em especial, a mediação da educação formal. Para alcançar tais propósitos, foram pesquisados grupos de telespectadores da telenovela, portadores de cada um dos níveis educacionais formais adotados nesse estudo. This thesis consists in a multidisciplinary academic effort to understanding a few aspects related to the dissemination of social issues in specific Brazilian soap opera: remembering, reception and perception. Through an empirical inquiry intended to raise, first and foremost, the viewer’s remembrances of the Thematic, Theme and Social Merchandising propagated by the soap opera “Páginas da Vida”, written by Manoel Carlos, for the Rede Globo of Television. In a second moment also the main mediation have to be verify and analyzed, especially the formal educational levels active in the reception of fragments of the social issues promulgated in the soap opera mentioned above. And finally the perception of the some contents was evaluated, which took especially in consideration, the mediation provided by the formal education. In order to do it, groups of the soap opera viewers were interviewed, with each one of the adopted formal educational levels in this research.

Merchandising social na telenovela brasileira. Um diálogo possível entre ficção e realidade em Páginas da Vida.

Nicolosi, Alejandra Pia Lopes, Maria Immacolata Vassallo De 2009

A presente pesquisa procura indagar acerca do merchandising social como via possível para analisar o diálogo entre ficção e realidade tecido pela telenovela brasileira. Sob esse guardachuva trabalhamos a hipótese do merchandising social como ação pedagógica ou mediação para uma educação baseada na oralidade. Encaramos a perspectiva de análise das mediações a partir de duas dimensões de abordagem do texto: o Gênero e a Produção. O foco recai, principalmente, na problematização da pedagogia do melodrama como matriz cultural do merchandising social e na representação naturalista como princípio de sua legitimidade. Para isso, realizamos o estudo de caso da telenovela Páginas da Vida, de Manoel Carlos, através de uma metodologia múltipla composta de observação direta e indireta. As principais interfaces teóricas desse estudo de comunicação são os Estudos Culturais, a Filosofia da Linguagem, a Sociologia da Educação e a Teoria do Cinema. La presente investigación pretende indagar acerca del merchandising social como vía posible para analizar el diálogo entre ficción y realidad tejido por la telenovela brasileña. En base a ese panorama general, trabajamos la hipótesis del merchandising social como acción pedagógica o mediación de una educación basada en la oralidad. Encaramos la perspectiva de análisis de las mediaciones a partir de dos dimensiones para abordar el texto: el Género y la Producción. El foco recae, principalmente, en problematizar acerca de la pedagogía del melodrama como matriz cultural del merchandising social, y de la representación naturalista como su principio de legitimidad. Para tales fines, realizamos el estudio de caso de la telenovela Páginas da Vida de Manoel Carlos, a través de una metodología múltiple compuesta por observación directa e indirecta. Las principales interfases teóricas de este estudio de comunicación son los Estudios Culturales, la Filosofía del Lenguaje, la Sociología de la Educación y la Teoría del Cine.

ANEXO E - DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS

Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III)
da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948

Preâmbulo

Considerando que o reconhecimento da dignidade inerente a todos os membros da família humana e de seus direitos iguais e inalienáveis é o fundamento da liberdade, da justiça e da paz no mundo,

Considerando que o desprezo e o desrespeito pelos direitos humanos resultaram em atos bárbaros que ultrajaram a consciência da Humanidade e que o advento de um mundo em que os homens gozem de liberdade de palavra, de crença e da liberdade de viverem a salvo do temor e da necessidade foi proclamado como a mais alta aspiração do homem comum,

Considerando essencial que os direitos humanos sejam protegidos pelo Estado de Direito, para que o homem não seja compelido, como último recurso, à rebelião contra tirania e a opressão,

Considerando essencial promover o desenvolvimento de relações amistosas entre as nações,

Considerando que os povos das Nações Unidas reafirmaram, na Carta, sua fé nos direitos humanos fundamentais, na dignidade e no valor da pessoa humana e na igualdade de direitos dos homens e das mulheres, e que decidiram promover o progresso social e melhores condições de vida em uma liberdade mais ampla,

Considerando que os Estados-Membros se comprometeram a desenvolver, em cooperação com as Nações Unidas, o respeito universal aos direitos humanos e liberdades fundamentais e a observância desses direitos e liberdades,

Considerando que uma compreensão comum desses direitos e liberdades é da mais alta importância para o pleno cumprimento desse compromisso,

A Assembléia Geral proclama

A presente Declaração Universal dos Direitos Humanos como o ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações, com o objetivo de que cada indivíduo e cada órgão da sociedade, tendo sempre em mente esta Declaração, se esforce, através do ensino e da educação, por promover o respeito a esses direitos e liberdades, e, pela adoção de medidas progressivas de caráter nacional e internacional, por assegurar o seu reconhecimento e a sua observância universais e efetivos, tanto entre os povos dos próprios Estados-Membros, quanto entre os povos dos territórios sob sua jurisdição.

Artigo I

Todas as pessoas nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotadas de razão e consciência e devem agir em relação umas às outras com espírito de fraternidade.

Artigo II

Toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição.

Artigo III

Toda pessoa tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal.

Artigo IV

Ninguém será mantido em escravidão ou servidão, a escravidão e o tráfico de escravos serão proibidos em todas as suas formas.

Artigo V

Ninguém será submetido à tortura, nem a tratamento ou castigo cruel, desumano ou degradante.

Artigo VI

Toda pessoa tem o direito de ser, em todos os lugares, reconhecida como pessoa perante a lei.

Artigo VII

Todos são iguais perante a lei e têm direito, sem qualquer distinção, a igual proteção da lei. Todos têm direito a igual proteção contra qualquer discriminação que viole a presente Declaração e contra qualquer incitamento a tal discriminação.

Artigo VIII

Toda pessoa tem direito a receber dos tribunais nacionais competentes remédio efetivo para os atos que violem os direitos fundamentais que lhe sejam reconhecidos pela constituição ou pela lei.

Artigo IX

Ninguém será arbitrariamente preso, detido ou exilado.

Artigo X

Toda pessoa tem direito, em plena igualdade, a uma audiência justa e pública por parte de um tribunal independente e imparcial, para decidir de seus direitos e deveres ou do fundamento de qualquer acusação criminal contra ele.

Artigo XI

1. Toda pessoa acusada de um ato delituoso tem o direito de ser presumida inocente até que a sua culpabilidade tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa.
2. Ninguém poderá ser culpado por qualquer ação ou omissão que, no momento, não constituíam delito perante o direito nacional ou internacional. Tampouco será imposta pena mais forte do que aquela que, no momento da prática, era aplicável ao ato delituoso.

Artigo XII

Ninguém será sujeito a interferências na sua vida privada, na sua família, no seu lar ou na sua correspondência, nem a ataques à sua honra e reputação. Toda pessoa tem direito à proteção da lei contra tais interferências ou ataques.

Artigo XIII

1. Toda pessoa tem direito à liberdade de locomoção e residência dentro das fronteiras de cada Estado.
2. Toda pessoa tem o direito de deixar qualquer país, inclusive o próprio, e a este regressar.

Artigo XIV

1. Toda pessoa, vítima de perseguição, tem o direito de procurar e de gozar asilo em outros países.
2. Este direito não pode ser invocado em caso de perseguição legitimamente motivada por crimes de direito comum ou por atos contrários aos propósitos e princípios das Nações Unidas.

Artigo XV

1. Toda pessoa tem direito a uma nacionalidade.
2. Ninguém será arbitrariamente privado de sua nacionalidade, nem do direito de mudar de nacionalidade.

Artigo XVI

1. Os homens e mulheres de maior idade, sem qualquer restrição de raça, nacionalidade ou religião, têm o direito de contrair matrimônio e fundar uma família. Gozam de iguais direitos em relação ao casamento, sua duração e sua dissolução.
2. O casamento não será válido senão com o livre e pleno consentimento dos nubentes.

Artigo XVII

1. Toda pessoa tem direito à propriedade, só ou em sociedade com outros.
2. Ninguém será arbitrariamente privado de sua propriedade.

Artigo XVIII

Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; este direito inclui a liberdade de mudar de religião ou crença e a liberdade de manifestar essa religião ou crença, pelo ensino, pela prática, pelo culto e pela observância, isolada ou coletivamente, em público ou em particular.

Artigo XIX

Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Artigo XX

1. Toda pessoa tem direito à liberdade de reunião e associação pacíficas.
2. Ninguém pode ser obrigado a fazer parte de uma associação.

Artigo XXI

1. Toda pessoa tem o direito de tomar parte no governo de seu país, diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos.
2. Toda pessoa tem igual direito de acesso ao serviço público do seu país.
3. A vontade do povo será a base da autoridade do governo; esta vontade será expressa em eleições periódicas e legítimas, por sufrágio universal, por voto secreto ou processo equivalente que assegure a liberdade de voto.

Artigo XXII

Toda pessoa, como membro da sociedade, tem direito à segurança social e à realização, pelo esforço nacional, pela cooperação internacional e de acordo com a organização e recursos de cada Estado, dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis à sua dignidade e ao livre desenvolvimento da sua personalidade.

Artigo XXIII

1. Toda pessoa tem direito ao trabalho, à livre escolha de emprego, a condições justas e favoráveis de trabalho e à proteção contra o desemprego.
2. Toda pessoa, sem qualquer distinção, tem direito a igual remuneração por igual trabalho.
3. Toda pessoa que trabalhe tem direito a uma remuneração justa e satisfatória, que lhe assegure, assim como à sua

família, uma existência compatível com a dignidade humana, e a que se acrescentarão, se necessário, outros meios de proteção social.

4. Toda pessoa tem direito a organizar sindicatos e neles ingressar para proteção de seus interesses.

Artigo XXIV

Toda pessoa tem direito a repouso e lazer, inclusive a limitação razoável das horas de trabalho e férias periódicas remuneradas.

Artigo XXV

1. Toda pessoa tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar a si e a sua família saúde e bem estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis, e direito à segurança em caso de desemprego, doença, invalidez, viuvez, velhice ou outros casos de perda dos meios de subsistência fora de seu controle.

2. A maternidade e a infância têm direito a cuidados e assistência especiais. Todas as crianças nascidas dentro ou fora do matrimônio, gozarão da mesma proteção social.

Artigo XXVI

1. Toda pessoa tem direito à instrução. A instrução será gratuita, pelo menos nos graus elementares e fundamentais. A instrução elementar será obrigatória. A instrução técnico-profissional será acessível a todos, bem como a instrução superior, esta baseada no mérito.

2. A instrução será orientada no sentido do pleno desenvolvimento da personalidade humana e do fortalecimento do respeito pelos direitos humanos e pelas liberdades fundamentais. A instrução promoverá a compreensão, a tolerância e a amizade entre todas as nações e grupos raciais ou religiosos, e coadjuvará as atividades das Nações Unidas em prol da manutenção da paz.

3. Os pais têm prioridade de direito na escolha do gênero de instrução que será ministrada a seus filhos.

Artigo XXVII

1. Toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de seus benefícios.

2. Toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor.

Artigo XVIII

Toda pessoa tem direito a uma ordem social e internacional em que os direitos e liberdades estabelecidos na presente Declaração possam ser plenamente realizados.

Artigo XXIV

1. Toda pessoa tem deveres para com a comunidade, em que o livre e pleno desenvolvimento de sua personalidade é possível.

2. No exercício de seus direitos e liberdades, toda pessoa estará sujeita apenas às limitações determinadas pela lei, exclusivamente com o fim de assegurar o devido reconhecimento e respeito dos direitos e liberdades de outrem e de satisfazer às justas exigências da moral, da ordem pública e do bem-estar de uma sociedade democrática.

3. Esses direitos e liberdades não podem, em hipótese alguma, ser exercidos contrariamente aos propósitos e princípios das Nações Unidas.

Artigo XXX

Nenhuma disposição da presente Declaração pode ser interpretada como o reconhecimento a qualquer Estado, grupo ou pessoa, do direito de exercer qualquer atividade ou praticar qualquer ato destinado à destruição de quaisquer dos direitos e liberdades aqui estabelecidos.

**ANEXO F – MENSAGEM DE GLÓRIA PEREZ DE DESEPEDIDA DO ÚLTIMO
CAPÍTULO, PUBLICADA EM 9 DE MAIO DE 2013**

À DIREÇÃO, PRODUÇÃO, ELENCO, TÉCNICA, PESQUISADORAS E TODO O PESSOAL
QUE CONTRIBUIU PARA QUE ESSA HISTÓRIA FOSSE CONTADA.

DIVERTIMOS, QUEBRAMOS TABUS E OUSAMOS, APRESENTANDO PELA PRIMEIRA
VEZ, EM NOVELAS, O TEMA DO TRÁFICO HUMANO E UMA PROTAGONISTA
FAVELADA E PROSTITUÍDA.

NOSSA NOVELA TEVE FORÇA PARA INTERFERIR NA REALIDADE, RESGATANDO
PESSOAS ESCRAVIZADAS, E FICA COMO UM ALERTA, PARA QUE OUTRAS NÃO
VENHAM A TER O MESMO DESTINO

É UM TRABALHO QUE, COM CERTEZA, HÁ DE TRAZER MUITAS ENERGIAS BOAS
PARA NOSSAS VIDAS E DO QUAL MUITO HAVEREMOS AINDA DE NOS ORGULHAR.

PARABENS A TODOS. E OBRIGADA

SALVE JORGE!

Gloria Perez

Fonte: <http://gloriaperez.com.br/mensagem-de-despedida-do-ultimo-capitulo/>

Blog pessoal de Glória Perez: de tudo um pouco

ANEXO G - PERSONAGENS DE SALVE JORGE

≡ MENU

gshow

SALVE JORGE

personagens

ordenado por personagens



Rodrigo Lombardi

Théo



Nanda Costa

Morena



Claudia Raia

Livia



Flávia Alessandra

Érica



Giovanna Antonelli

Heloisa



Alexandre Nero

Stenio



Cleo Pires

Bianca



Domingos Montagner

Zyah



Antonio Calbni

Mustafa



Zezé Polessa

Berna



Dani Moreno

Aisha



Julia Mendes

Zoe



Dira Paes

Lucimar



André Gonçalves

Miro



Paula Pereira

Nilceia



Francisco Carvahlo

Seu Galdino



Totia Meireles

Wanda



Adriano Garib

Russo



Vera Fischer

Irina



Carolina Dieckmann

Jéssica



Nicete Bruno

Leonor



Dalton Vigh

Carlos



Natália do Vale

Aída



Ana Beatriz Nogueira

Rachel



Letícia Spiller
Antonia



Caco Ciocler
Celso



Stênio Garcia
Arturo



Nívea Maria
Isaurinha



Betty Gofman
Sarila



Tânia Khalil
Ayla



Yanna Lavigne
Tamar



Tiago Abravanel
Demir



Sdange Badim
Delzuite



Nando Cunha
Pescoço



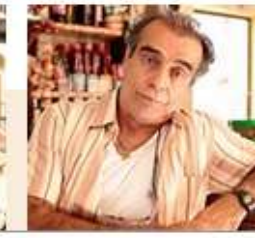
Bruna Marquezine
Lurdinha



Roberta Rodrigues
Maria Vanúbia



Neusa Borges
Diva



Walter Breda
Clóvis



Sacha Bali
Beto



Mussunzinho
Sidney



Lisandra Souto
Amanda



Cristiana Oliveira
Yolanda



Duda Nagle
Caíque



Odilon Wagner
Thompson



Laryssa Dias
Waleska



Paloma Bernardi
Rosângela



Lucy Ramos
Sheila



Duda Ribeiro
Adam



Elizangela
Esma



Emani Moraes
Kemal



Jandira Martini
Farid



Frederico Volkmann
Ekran



Marcelo Airoldi
Barros



Thammy Miranda
Joyce



Cissa Guimarães
Maitê



Luó Pereira
Creusa



Murilo Rosa
Élcio



Oscar Magrini
Coronel Nunes



Sidney Sampaio
Ciro



Leonardo Carvalho
Drago



Fernanda Paes Leme
Márcia



Cris Vianna
Julinha



Otaviano Costa
Haroldo



Antonia Frering
Deborah



Mariana Rios
Drika



Ivan Mendes
Pepeu



Flávia Guedes
Salete



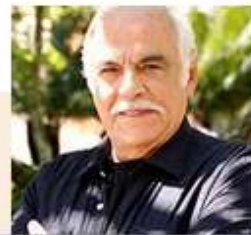
Clarisse Derzé Luz
Fatma



Suzana Faini
Áurea



Rosi Campos
Cacilda



Jonas Melo
Silveira



Eva Todor
Dália



Isaac Bardavid
Tartan



Walderez de Barros
Cyla



Anderson Müller
Murat



Najara Turetta
Buquê



Monique Curi
Lena



Alexandre Barros
Ricardo



Brendha Haddad
Neuma



Rita Elmôr
Riva



Junno Andrade
Santiago



Amée Madureira
Rayanne



Karina Ferrari
Samantha



Luiz Felipe Mello
Junior



Mia Freitas
Carol



Kiria Malheiros
Raissa

Fonte: <http://gshow.globo.com/novelas/salve-jorge/personagens/>
Acessado em 14 de maio de 2015

ANEXO H – INFORMATIVO ETP



Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas

EDIÇÃO 2 - Nº 28 – DEZEMBRO 2014 - PUBLICAÇÃO INTERMINISTERIAL

IV Reunião de Autoridades Nacionais em Matéria de Tráfico de Pessoas da Organização dos Estados Americanos

A IV Reunião de Autoridades Nacionais em Matéria de Tráfico de Pessoas da Organização dos Estados Americanos ocorreu nos dias 04 e 05 de dezembro de 2014, no Palácio Itamaraty, na cidade de Brasília/ DF, com a participação de 23 delegações dos 34 países da OEA.

A cerimônia de abertura contou com a presença do Ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, do Secretário Nacional de Justiça, Paulo Abrão, do Subsecretário-Geral de Política do Ministério das Relações Exteriores, Embaixador Carlos Antônio da Rocha Paranhos, do Secretário de Segurança Multidimensional da Organização dos Estados Americanos, Embaixador Adam Blackwell, da Diretora do Departamento de Segurança Pública da OEA, Paulina Duarte, da Secretária Nacional de Enfrentamento à violência contra as mulheres, Aparecida Gonçalves e da Embaixadora da Campanha Brasileira do Coração Azul, Ivete Sangalo.



A reunião, convocada pela Organização dos Estados Americanos de acordo com as resoluções da Assembleia Geral AG/ RES. 2866 (XLIV-O/14) e do Conselho Permanente CP/RES. 1032 (1983/14), ofereceu um ambiente propício para fortalecer a comunicação e promover uma maior cooperação entre as autoridades responsáveis pelo tráfico de pessoas nos Estados Membros. O evento estimulou um diálogo enriquecedor sobre alguns dos temas chave para a prevenção e combate a este crime como: mecanismos de coordenação nacional, consentimento e formas de exploração, cuidado e proteção das vítimas, entre outros.

Durante o encontro foram discutidos e aprovados o II Plano De Trabalho Para Combater o Tráfico de Pessoas no Hemisfério Ocidental para o período 2015-2018, tendo em vista o fim da vigência do I Plano em dezembro de 2014; e a Declaração Interamericana Contra o Tráfico de Pessoas, compromisso político entre os Estados membros para erradicar este problema nas Américas.



O ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, destacou a importância da troca de experiências e de informações: "quando se fala em combater um crime, é preciso haver trabalho de inteligência e investigação a partir de informações trocadas e de intercâmbio e interação policial".

Fonte: ACB/ MJ

ANEXO I – CLIPPING PORTAL MJ – TRÁFICO DE PESSOAS

Acesso realizado em 16 de maio de 2015.

Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team={3F0078B3-BFE1-4DD8-A7A0-CC612227F6C6}>
NOTÍCIAS (primeiras 3 páginas) – total de todo volume de notícias: 162 itens

10/12/2013	MJ apresenta estratégia contra tráfico de pessoas durante fórum
08/11/2013	Denúncias contra tráfico de pessoas aumentam mais de 1.500%
07/11/2013	Vítimas do tráfico de pessoas terão apoio
21/10/2013	Campanha Coração Azul instala comitê no RJ
18/10/2013	Pesquisa inédita revela informações sobre o tráfico de pessoas no País
09/10/2013	Ministério da Justiça divulga primeiro relatório
02/10/2013	Dia internacional contra o tráfico de pessoas
27/09/2013	Dia internacional contra o tráfico de pessoas
24/09/2013	Caminhada Coração Azul fortalece luta contra o tráfico de pessoas
20/09/2013	Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas divulga resultado da eleição
18/09/2013	Começa eleição para composição do Comitê Nacional
28/08/2013	Confirmadas entidades candidatas a compor o Conatrap
22/08/2013	Pernambuco lança núcleo de enfrentamento ao tráfico de pessoas
13/08/2013	Secretaria Nacional de Justiça seleciona profissional de consultoria
07/08/2013	Prorrogado prazo para recurso das inscrições no Conatrap
04/06/2013	Ministério vai eleger representantes do Conatrap
14/05/2013	Brasil discute na ONU Plano Global contra o Tráfico de Pessoas
29/04/2013	Primeiro relatório consolida dados sobre Tráfico de Pessoas no Brasil
29/04/2013	Governo lança II Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
25/03/2013	Enfrentamento ao tráfico de pessoas
20/02/2013	MJ lança Guia de referência para Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
19/02/2013	Seleção para Coordenador de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
06/02/2013	Dicas para Viajar com Segurança
06/02/2013	Decreto cria comitê e coordenação tripartite para gestão ao ETP
01/02/2013	Denúncia leva a prisão de quadrilha que atuava na Espanha
18/12/2012	Programa de enfrentamento ao tráfico de pessoas chega a Minas Gerais
18/12/2012	Reunião trata de enfrentamento ao tráfico de pessoas em Brasília
10/12/2012	Capacitação de profissionais para enfrentamento ao tráfico de pessoas
06/12/2012	Rede de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas será ampliada
25/10/2012	15º Núcleo de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas é aberto no Paraná
22/10/2012	Ministério da Justiça participará do II Simpósio de Tráfico de Pessoas
19/10/2012	Diagnóstico revela destinos das vítimas de tráfico de pessoas
03/09/2012	SNJ renova parceria com centro europeu de Políticas Migratórias
15/08/2012	Reunião fortalece rede de enfrentamento ao tráfico de pessoas
04/07/2012	Amazonas abre o sétimo posto de atendimento ao migrante
30/05/2012	Seminário discute prevenção e apoio a vítimas de tráficos de pessoas
29/05/2012	Seminário debate cooperação em casos de tráfico de pessoas
24/05/2012	Especialistas brasileiros e europeus discutem tráfico de pessoas
17/05/2012	Brasil quer modernizar legislação para garantir direitos de migrantes
10/05/2012	MJ participa de Simpósio Internacional para Tráfico de Pessoas
04/05/2012	Rio terá Comitê Estadual de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
02/05/2012	Ministro da Justiça participa de reunião do Unasul
19/04/2012	Pesquisa caracteriza tráfico de pessoas entre Brasil, Itália e Portugal
15/02/2012	Carnaval terá campanha para proteção das crianças e adolescentes
27/01/2012	Extradição inédita traz ao Brasil condenado por tráfico de pessoas
25/11/2011	Governo lança serviço para mulheres vítimas de violência no exterior
08/11/2011	Rede defende a criação de comitê para o enfrentamento ao tráfico
07/11/2011	Encontro debate ações para o enfrentamento ao tráfico de pessoas
04/11/2011	Encontro de especialistas finaliza proposta do II Plano Nacional
03/11/2011	Seleção para coordenador de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
23/09/2011	Data para reflexão e amadurecimento da política
08/09/2011	Prorrogado o prazo para a consulta virtual sobre Tráfico de Pessoas
11/08/2011	Ministério da Justiça participa de seminário sobre tráfico de pessoas
08/08/2011	Apoio para núcleos de enfrentamento ao tráfico de pessoas
05/08/2011	Executivo ouve organismos internacionais sobre tráfico de pessoas
19/07/2011	Ministério da Justiça debate tráfico de pessoas no Paraguai
24/06/2011	Começa debate sobre II Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
22/06/2011	Pará debate enfrentamento ao tráfico de pessoas
22/06/2011	Prêmio destaca serviços de enfrentamento ao tráfico de pessoas
15/06/2011	SNJ está com inscrições abertas para consultor

ANEXO J – NOTÍCIAS PUBLICADAS PELO UNODC BRASIL E CONE SUL

Acessado em 16 de maio de 2015

<http://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/index.html>

Maio 2015

- 15/05/2015 - Seminário internacional discute investigação de bens apreendidos no Brasil
- 14/05/2015 - Documento técnico do UNODC “Da Coerção à Coesão” é tema de seminário em Jundiá
- 13/05/2015 - Nações Unidas no Brasil se posicionam contra a redução da maioridade penal

Abril 2015

- 29/04/2015 - Declaração do Diretor Executivo do UNODC, Yury Fedotov, sobre o uso da pena de morte na Indonésia
- 27/04/2015 - UNODC Paraguai inicia processo de desenho de Política Nacional de Drogas
- 27/04/2015 - Legislação sobre drogas e superlotação carcerária no Brasil são tema de debate na ONU
- 18/04/2015 - Caixa Seguradora apresenta experiências para a prevenção à violência durante Congresso da ONU
- 16/04/2015 - Em Doha, side event discute acordos regionais para repartição de bens confiscados
- 16/04/2015 - UNODC e SNJ organizam evento com PGR e Espanha sobre Transferência de Pena no 13º Congresso do Crime da ONU
- 14/04/2015 - UNODC e PGR apresentam Ferramenta SIMBA no Congresso do Crime da ONU
- 13/04/2015 - UNODC leva exposição “A Liberdade de Olhar” para o Congresso do Crime da ONU em Doha
- 13/04/2015 - UNODC e SNJ discutem Tráfico de Pessoas nas Américas em Congresso da ONU
- 10/04/2015 - UNODC participa de Seminário de Políticas Públicas sobre Drogas em Guarulhos
- 09/04/2015 - Brasília recebe III Encontro dos Municípios com o Desenvolvimento Sustentável
- 08/04/2015 - Especialistas debatem indicadores do Pacto pela Vida em Brasília
- 07/04/2015 - UNODC participa de seminário de avaliação do projeto “Viva Melhor Sabendo”
- 02/04/2015 - Prevenção do Crime para construir um Desenvolvimento Sustentável
- 02/04/2015 - UNAIDS se opõe ao Projeto de Lei 198/2015 que “torna crime hediondo a transmissão deliberada do vírus da AIDS”

Março 2015

- 25/03/2015 - UNODC apoia e colabora com a consulta virtual do UNAIDS para traçar sua estratégia de 2016
- 23/03/2015 - UNODC se posiciona contra a redução da maioridade penal no Brasil
- 19/03/2015 - Nota de Esclarecimento
- 18/03/2015 - UNODC Paraguai apresenta dados do Relatório Global sobre Tráfico de Pessoas em encontro bilateral com a Colômbia
- 18/03/2015 - Diretor Executivo do UNODC destaca a importância de práticas baseadas em evidências no tratamento do uso de drogas
- 09/03/2015 - HIV no Sistema Prisional é tema do primeiro GT/UNAIDS de 2015
- 09/03/2015 - CND abre sua 58ª sessão, em Viena, com foco na UNGASS 2016
- 05/03/2015 - Comissão de Narcóticos de 2015 começa segunda-feira, em Viena
- 04/03/2015 - Junta Internacional de Fiscalização de Entorpecentes lança o Relatório Anual de 2014
- 03/03/2015 - Em visita ao Paraguai, Ban Ki-moon destaca a luta contra o tráfico de drogas e crime organizado
- 03/03/2015 - Dia Mundial da Vida Silvestre 2015: ONU lança a campanha #SeriousAboutWildlifeCrime
- 03/03/2015 - Mensagem do Secretário-Geral da ONU, Ban Ki-moon para o Dia Mundial da Vida Silvestre 2015

Fevereiro 2015

- 20/02/2015 - Revista Internacional sobre Políticas de Drogas aborda Drogas e HIV do ponto de vista da redução de danos
- 10/02/2015 - UNODC lamenta o falecimento do colega Aislan Luiz da Silva do UNAIDS Brasil
- 09/02/2015 - Participante do Jovem de Expressão representou o Brasil no Fórum da Juventude do ECOSOC em NY
- 05/02/2015 - UNODC visita programas parceiros em São Paulo, celebrando o êxito das parcerias
- 04/02/2015 - UNODC e Ministério da Saúde realizam missão conjunta para acompanhar ações de testagem de HIV/Aids
- 04/02/2015 - UNODC leva projeto “A Liberdade de Olhar” para Penitenciária Feminina do Distrito Federal
- 02/02/2015 - Secretaria Nacional de Justiça avalia II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas

Janeiro 2015

- 19/01/2015 - UNODC Paraguai renova convenio de implementação do Programa Global para o Controle de Containers
- 07/01/2015 - UNODC realiza importante doação ao Ministério da Justiça do Paraguai

Dezembro 2014

- 11/12/2014 - UNODC e Secretaria Nacional Anticorrupção Paraguai comemoram o Dia Internacional contra a Corrupção
- 10/12/2014 - UNODC e Caixa Seguradora reúnem jovens para discutir empreendedorismo
- 10/12/2014 - Mensagem do Secretário Geral das Nações Unidas sobre o Dia dos Direitos Humanos
- 09/12/2014 - Mensagem do Diretor Executivo do UNODC Yuri Fedotov no Dia Internacional Anticorrupção
- 09/12/2014 - Mensagem do Secretário-Geral das Nações Unidas Ban Ki-moon no Dia Internacional Anticorrupção
- 08/12/2014 - UNODC e CGU celebram Dia Internacional de Combate à Corrupção
- 08/12/2014 - UNODC assume presidência do Grupo Temático Ampliado da ONU sobre HIV/Aids (GT/UNAIDS)
- 08/12/2014 - Complexo Penitenciário da Papuda recebe Mostra Internacional de Filmes #ZeroDiscriminação
- 05/12/2014 - Projeto “A Liberdade de Olhar” leva discussão sobre HIV/Aids para presídio do Distrito Federal
- 05/12/2014 - UNODC e Ivete Sangalo promovem coletiva de imprensa sobre a Campanha Coração Azul
- 05/12/2014 - Dia Mundial de combate à Aids: UNODC participa de evento do Ministério da Saúde
- 04/12/2014 - Agências da ONU e embaixadas realizam a I Mostra Internacional de Filmes #ZeroDiscriminação

01/12/2014 - Declaração do Diretor Executivo do UNODC sobre o Dia Mundial de Combate à AIDS

Novembro 2014

26/11/2014 - UNODC participa do PREVINE 2014
24/11/2014 - Tráfico de crianças aumenta, de acordo com o mais recente relatório do UNODC
20/11/2014 - UNODC sediou encontro do GT/UNAIDS em Brasília
19/11/2014 - Delegação paraguaia participa de curso de gestão de medidas e políticas anticorrupção no Panamá
17/11/2014 - Prefeitura de São Paulo realiza Seminário Internacional de Políticas sobre Drogas
17/11/2014 - Aracaju recebe Encontro Nacional sobre Drogas e Redução de Danos
14/11/2014 - UNODC e OEA realizam oficina de Investigação Simulada de um Caso de Lavagem de Dinheiro
13/11/2014 - UNODC realiza oficinas de fotografia em presídios do Distrito Federal
10/11/2014 - UNODC e Ministério da Justiça promovem Curso de Formação sobre Tráfico de Pessoas

Outubro 2014

30/10/2014 - UNODC celebrou ontem o Dia Nacional de Prevenção à Lavagem de Dinheiro com seminário em Brasília
22/10/2014 - UNODC sedia reunião para discutir uso medicinal da cannabis
16/10/2014 - Discussão sobre HIV foca na necessidade de respostas adequadas nos sistemas prisionais
15/10/2014 - Simpósio em Brasília discute saúde mental e justiça criminal
14/10/2014 - Diretor do UNODC recebe ministra da SENAC em Viena

Setembro 2014

30/09/2014 - Oficina discute aplicação da lei e prevenção e tratamento de HIV/Aids associados ao uso de drogas
29/09/2014 - Novas tendências e diferenças regionais na fabricação de metanfetamina
24/09/2014 - UNODC apoia oficinas sobre acessibilidade de usuários de drogas a serviços de saúde
11/09/2014 - Conferência na Costa Rica discute políticas de drogas na América Latina

Agosto 2014

25/08/2014 - Discurso do UNODC em 3ª audiência do Senado sobre regulamentação do uso da cannabis no Brasil
21/08/2014 - UNODC e Ministério da Saúde expandem versão brasileira de programa de prevenção ao uso de drogas
18/08/2014 - Discurso do UNODC em 2ª audiência no Senado sobre regulamentação do uso da cannabis no Brasil
15/08/2014 - Projeto para gestão de bens apreendidos de origem ilícita é lançado no Brasil
15/08/2014 - Jovens grafiteiros fazem painel na Casa da ONU para o Dia Internacional da Juventude
12/08/2014 - Dia Internacional da Juventude: é preciso apoiar os jovens para que eles realizem seu potencial
07/08/2014 - Seminário em Manaus discute boas práticas de aplicação da lei com relação a usuários de drogas

Julho 2014

30/07/2014 - 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas é marcado por semana de mobilização no Brasil
18/07/2014 - UNODC discutirá usuários de drogas e pessoas em contextos prisionais na conferência AIDS 2014
17/07/2014 - Relatório destaca lacunas na prevenção e tratamento de HIV para presos e pessoas que injetam drogas
03/07/2014 - Documentário de feira nacional destaca práticas de enfrentamento ao tráfico de pessoas

Junho 2014

26/06/2014 - Relatório Mundial sobre Drogas 2014: uso de drogas no mundo permanece estável
13/06/2014 - Pesquisa mostra prevalência de HIV e contexto vulnerável de consumidores de drogas no Uruguai
11/06/2014 - Audiência na Câmara debate Lei Geral sobre Tráfico de Pessoas
09/06/2014 - UNODC lamenta o falecimento da colega Greici Cristhina Justino
03/06/2014 - Discurso do Representante do UNODC em audiência pública sobre regulação do uso da cannabis no Brasil
03/06/2014 - Comigrar reúne 788 pessoas para discutir Política Nacional de Migrações e Refúgio

Mai 2014

28/05/2014 - Brasil apresenta à ONU modelo de avaliação do Plano de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas
20/05/2014 - Boas práticas de combate ao tráfico humano serão destaque de conferência nacional
19/05/2014 - Eventos na Nigéria e em Lampedusa enfatizam responsabilidade da CCPCJ, diz chefe do UNODC
13/05/2014 - Promovendo justiça e Estado de Direito, CCPCJ abre caminho para agenda de desenvolvimento do futuro
09/05/2014 - Violência contra crianças, tráfico de madeira e contrabando de migrantes em foco na CCPCJ 2014
09/05/2014 - Campanha Coração Azul completa um ano no Brasil com aumento de denúncias
06/05/2014 - Brasil e Argentina estão entre maiores contribuidores de base de dados sobre tráfico de pessoas do UNODC
02/05/2014 - Nota de esclarecimento sobre o Estudo Global sobre Homicídios 2013

Abril 2014

24/04/2014 - Campanha Coração Azul contra o tráfico de pessoas é lançada na Bahia
23/04/2014 - UNODC debate estratégias para tratamento de pessoas que usam crack no Brasil
22/04/2014 - Participatório realiza Consulta Pública para Conferência Mundial de Juventude 2014
17/04/2014 - Campanha Coração Azul será lançada na Bahia
16/04/2014 - UNODC promove treinamento sobre projetos para tratamento e assistência a pessoas que usam drogas
14/04/2014 - Relatório mapeia cobertura do tráfico de pessoas na imprensa brasileira
10/04/2014 - 437 mil pessoas foram assassinadas no mundo em 2012, de acordo com novo estudo do UNODC
08/04/2014 - Pesquisa e guia sobre tráfico de pessoas serão lançados com debate em São Paulo nesta sexta
03/04/2014 - Estudantes participam de lançamento de programa educativo contra a corrupção com Mauricio de Sousa

Março 2014

- 25/03/2014 - Comitê da Campanha Coração Azul é lançado em Pernambuco
- 24/03/2014 - Comissão de Narcóticos é encerrada com resoluções que guiarão abordagem para lidar com drogas ilícitas
- 21/03/2014 - UNODC lamenta a perda do colega Luis María Duarte
- 20/03/2014 - “A corrupção ataca todos, até mesmo os corruptos”, diz Representante do UNODC em seminário
- 17/03/2014 - Declaração Conjunta destaca saúde, prevenção e tratamento na luta contra o problema das drogas
- 13/03/2014 - Comissão de Narcóticos inicia sua 57ª sessão em Viena
- 12/03/2014 - Questões globais sobre drogas serão foco de reunião de alto nível da ONU em Viena amanhã
- 11/03/2014 - UNODC apresenta resultados da luta contra corrupção na polícia do Paraguai
- 04/03/2014 - JIFE: cada dólar gasto em prevenção pode economizar até dez dólares

Fevereiro 2014

- 27/02/2014 - Programa Conjunto da ONU celebra primeiro dia mundial de Zero Discriminação
- 12/02/2014 - Escalada da violência em protestos é preocupante, diz Representante do UNODC no Brasil
- 11/02/2014 - UNODC organiza seminário no Paraguai sobre implementação da Convenção contra a Corrupção
- 07/02/2014 - Corrupção: um grande obstáculo no combate ao contrabando de migrantes

Janeiro 2014

- 30/01/2014 - Representantes do governo e da sociedade civil tomam posse de comitê contra tráfico de pessoas
- 24/01/2014 - Nova lei obriga funcionários públicos a apresentar declaração de bens no Paraguai
- 22/01/2014 - UNODC inaugura novo escritório em Brasília
- 17/01/2014 - Agentes do Programa Jovem de Expressão encerram ciclo de atividades de 2013
- 15/01/2014 - Paraguai busca desenvolver um plano para auxiliar prisioneiros
- 14/01/2014 - Nova campanha do UNODC conscientiza consumidor sobre link entre crime organizado e falsificação

Dezembro 2013

- 19/12/2013 - UNODC promove encontro regional para debater estratégias contra a corrupção
- 16/12/2013 - Luta contra a corrupção em foco no Paraguai
- 12/12/2013 - UNODC destaca dimensão de saúde no uso de drogas com legalização de cannabis no Uruguai
- 09/12/2013 - “Com a corrupção, todos nós pagamos o preço”, diz UNODC no Dia Internacional contra a Corrupção
- 09/12/2013 - Dia Internacional contra a Corrupção: Zero Corrupção - 100% Desenvolvimento
- 06/12/2013 - Dia Internacional contra a Corrupção será marcado por premiação do UNODC e da CGU

Novembro 2013

- 29/11/2013 - Exposição de fotografias apresenta novos olhares sobre o cotidiano dos presídios de Porto Alegre
- 29/11/2013 - Yury Fedotov, Diretor Executivo do UNODC: Declaração sobre o Dia Mundial da Aids 2013
- 29/11/2013 - Testagem de HIV será ampliada no Brasil com ajuda de ONGs
- 28/11/2013 - A corrupção rouba o desenvolvimento, diz Chefe do UNODC em evento contra a corrupção no Panamá
- 27/11/2013 - Zero Corrupção - 100% Desenvolvimento: UNODC e PNUD lançam campanha para dia anti-corrupção
- 20/11/2013 - Maior encontro mundial anti-corrupção destacará na próxima semana o impacto no desenvolvimento
- 18/11/2013 - Jovens participam de diálogos sobre juventude, comportamento e sexualidade
- 14/11/2013 - UNODC apresenta normas de prevenção ao uso de drogas em simpósio sobre abuso de álcool
- 14/11/2013 - Com apoio do UNODC, programa de apoio à Justiça Criminal no Paraguai é reforçado
- 11/11/2013 - Assista agora ao Simpósio Internacional sobre Drogas: da Coerção à Coerção
- 08/11/2013 - Nicolas Cage ajuda a arrecadar US\$185.000 dólares para vítimas do tráfico de pessoas
- 05/11/2013 - Famílias do DF participam de formatura ao final de projeto de prevenção do uso de drogas
- 04/11/2013 - Programa de desarmamento da Argentina ganha prêmio da ONU
- 01/11/2013 - Chefe do UNODC participa de diálogo sobre migração e direitos humanos na Assembleia Geral da ONU

Outubro 2013

- 31/10/2013 - Novo projeto de prevenção ao abuso de drogas foca em famílias com adolescentes
- 30/10/2013 - Relator Especial da ONU pede que regras globais para tratamento de prisioneiros sejam atualizadas
- 29/10/2013 - UNODC marca Dia Nacional de Prevenção à Lavagem de Dinheiro
- 22/10/2013 - Tráfico de pessoas: Brasil lança pesquisa inédita e comitê local da campanha Coração Azul
- 18/10/2013 - Estudantes brasileiros são premiados em concurso cultural sobre prevenção ao uso de drogas
- 17/10/2013 - Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado Transnacional comemora 10 anos
- 10/10/2013 - UNODC entra na luta contra o abuso de crianças online
- 08/10/2013 - Cultivo de coca diminui no Peru, segundo novo relatório do UNODC
- 04/10/2013 - Sistema de alerta antecipado do UNODC registra aumento rápido de drogas legais em 2013
- 03/10/2013 - Fórum em Bogotá discute possíveis soluções para drogas ilícitas
- 02/10/2013 - Oficinas de fotografia em presídios abrem diálogo sobre direitos humanos no sistema prisional
- 01/10/2013 - Estudantes de Cabo Verde visitam Programa Jovem de Expressão no Distrito Federal

Setembro 2013

- 24/09/2013 - Ministério da Justiça e UNODC lançam campanha de rádio contra o tráfico de pessoas
- 20/09/2013 - Colômbia reduz em 25% as plantações de coca em 2012, segundo pesquisa do UNODC
- 16/09/2013 - Seminário online coloca em pauta o papel da mídia e boas práticas de reportagem sobre tráfico de pessoas
- 12/09/2013 - Mensagem do secretário-geral da ONU para o Dia das Nações Unidas para a Cooperação Sul-Sul
- 12/09/2013 - Políticas sobre drogas devem ser baseadas na saúde e não na punição, destaca UNODC em Simpósio
- 11/09/2013 - Uso de drogas estimulantes, HIV e hepatites virais em foco no Brasil

09/09/2013 - Simpósio Internacional sobre Drogas: da Coerção à Coesão começa hoje em Brasília
02/09/2013 - Novos dados informarão ações para prevenção e assistência às DST e ao HIV/Aids em SP

Agosto 2013

29/08/2013 - Famílias participam de primeiras atividades de projeto do UNODC para prevenção do uso de drogas
28/08/2013 - UNODC lança projeto-piloto de prevenção do uso de drogas pelo fortalecimento das relações familiares
16/08/2013 - Cultivo e rendimento da folha de coca na Bolívia diminuem pelo segundo ano consecutivo, diz UNODC
13/08/2013 - UNODC e Min. da Saúde trazem ao Brasil nova metodologia de prevenção às drogas em escolas
13/08/2013 - UNODC e Programa Jovem de Expressão marcaram o Dia Internacional da Juventude em 12 de agosto
01/08/2013 - Comunicado sobre o projeto de lei que regulamenta a produção, venda e consumo de cannabis no Uruguai

Julho 2013

25/07/2013 - UNODC participa do VI Encontro Nacional de Adolescentes e Jovens Vivendo com HIV/aids
12/07/2013 - Agentes do Jovem de Expressão expandem atuação do programa em Ceilândia e Sobradinho II
10/07/2013 - OPAS recebe Senad, Ministério da Saúde, Anvisa e PF para lançamento de relatório do UNODC em Brasília
03/07/2013 - UNODC e UNAIDS lançam no Uruguai publicação sobre HIV/Aids em lugares de detenção

Junho 2013

28/06/2013 - UNODC atualiza estimativas sobre uso de injetáveis e prevalência do HIV entre usuários de injetáveis
26/06/2013 - UNODC lança Relatório Mundial sobre Drogas 2013
21/06/2013 - UNODC marcará Dia Mundial sobre Drogas na próxima quarta-feira, 26 de junho
14/06/2013 - Programa Jovem de Expressão promove oficinas de dança e teatro na Fercal

Mai 2013

29/05/2013 - Praça do Cidadão de Ceilândia, em Brasília, terá teste de Aids neste sábado
20/05/2013 - Novo relatório do UNODC analisa uso de pasta de cocaína no Peru
17/05/2013 - Assembleia Geral da ONU revisa esforços para combater tráfico de pessoas
11/05/2013 - Governo brasileiro lança campanha Coração Azul do UNODC contra o tráfico de pessoas
11/05/2013 - Chefe do UNODC e Ministro da Justiça firmam declaração conjunta para consolidar parceria
10/05/2013 - UNODC e governo brasileiro lançam Escritório de Ligação e Parceria no Brasil
08/05/2013 - Chefe do UNODC destaca importância da inclusão social como prevenção ao crime em visita a UPP
03/05/2013 - Chefe do Escritório da ONU sobre Drogas e Crime, Yury Fedotov faz sua primeira visita oficial ao Brasil
02/05/2013 - Comissão sobre crime destaca que Estado de Direito protege contra violência, opressão e injustiça

Abril 2013

24/04/2013 - Workshop reúne setores público e privado para discutir controle do desvio de produtos químicos
23/04/2013 - Por que a exceção não deve ser a regra
10/04/2013 - UNODC e Ministério da Justiça reúnem dados sobre tráfico de pessoas no Brasil
09/04/2013 - Tratamento da dependência de drogas: da coerção à coesão

Março 2013

31/03/2013 - Prisões e detenções compulsórias de usuários de drogas no Brasil preocupam peritos da ONU
27/03/2013 - UNODC e SESI Mato Grosso iniciam projeto de prevenção do uso de álcool e drogas
26/03/2013 - Jovens brasileiros elegem violência e segurança como prioridades para agenda mundial de desenvolvimento
22/03/2013 - Dia Mundial da Água 2013: setor de água é particularmente vulnerável à corrupção
15/03/2013 - Comissão de Narcóticos passa 18 resoluções e coloca HIV e uso de drogas no coração da agenda global
08/03/2013 - Declaração do Diretor Executivo do UNODC sobre o Dia Internacional das Mulheres
05/03/2013 - JIFE: precisamos deter o abuso e a proliferação sem precedentes das “drogas legais”
01/03/2013 - Concurso: crie o tema e logotipo da campanha do Dia Internacional contra a Corrupção 2013

Fevereiro 2013

28/02/2013 - Novo projeto do UNODC fortalecerá laços familiares para prevenir o abuso de drogas
10/02/2013 - UNODC apoia distribuição de 500 mil camisinhas no Carnaval pela Secretaria da Saúde de São Paulo

Janeiro 2013

31/01/2013 - Carnaval: UNODC apoia lançamento de campanha de prevenção a DST e aids do Ministério da Saúde
24/01/2013 - Programa Jovem de Expressão apoia homenagem à história de Sobradinho com grafite
24/01/2013 - ONU lança campanha Meu Mundo e pergunta às pessoas o que é necessário para um mundo melhor
17/01/2013 - Relatório Mundial sobre Drogas 2012 em espanhol
16/01/2013 - Bolívia volta a aderir à convenção sobre drogas da ONU, com exceção para folha de coca
15/01/2013 - UNODC e Ministério da Saúde: R\$4 milhões para pesquisas em DST, aids e hepatites virais
05/01/2013 - Aumento do tráfico de crianças causa preocupação, segundo novo relatório do UNODC

Dezembro 2012

26/12/2012 - PRAZO PRORROGADO: Aberto processo seletivo para financiamento de ações de prevenção das DST/HIV/AIDS e Hepatites Virais durante as comemorações do orgulho LGBT em 2013
09/12/2012 - Prêmio UNODC de 2012 homenageia Juiz Márlon Reis
09/12/2012 - Mensagem do Diretor Executivo do UNODC sobre o Dia Internacional de Luta contra a Corrupção
09/12/2012 - Mensagem do Secretário-Geral, por ocasião do Dia Internacional de Luta Contra a Corrupção

04/12/2012 - Aberto processo seletivo para financiamento de ações de prevenção das DST/HIV/AIDS e Hepatites Virais durante as comemorações do orgulho LGBT em 2013
04/12/2012 - Aberto processo seletivo para financiamento de eventos em 2013

Novembro 2012

19/11/2012 - Nota sobre Edital nº 12/2012 – Vivajovem.com – Convocação dos proponentes pré-selecionados
14/11/2012 - O tráfico de bens culturais: o crime organizado e o roubo do nosso passado
13/11/2012 - IX Reunião do Fórum Nacional de Saúde Mental Infantojuvenil
03/11/2012 - Rastreamento de drogas de desenho, os 'legal highs' ou sais de banho
01/11/2012 - RESULTADO DA PRÉ-SELEÇÃO – FASE II CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 12/2012 – EDITAL VIVAJOVEM.COM

Outubro 2012

26/10/2012 - Errata: Nota sobre o Edital nº12/2012 - Vivajovem.com
25/10/2012 - Nota sobre o Edital nº12/2012 - Vivajovem.com
16/10/2012 - O crime organizado transnacional gera bilhões de dólares e milhões de vítimas, diz diretor do UNODC
13/10/2012 - Sexta sessão da Conferência das Partes da Convenção da ONU contra o Crime Organizado Transnacional
11/10/2012 - Ministério da Saúde e UNODC estendem prazo para propostas de projeto com foco em jovens e adolescentes

Setembro 2012

29/09/2012 - Criminalidade e tráfico de drogas ameaçam Estado de Direito e desenvolvimento na América Central e no Caribe, diz estudo do UNODC
28/09/2012 - Ministério da Saúde e UNODC publicam edital para seleção de projetos com foco em jovens e adolescentes
27/09/2012 - Diretor Executivo do UNODC chama para compromisso com o Estado de Direito na Assembleia Geral
08/09/2012 - Guiana e Suriname são primeiros países banhados pelo Caribe a participar do Programa de Controle de Contêineres

Agosto 2012

31/08/2012 - UNODC lança guia sobre gênero, HIV/aids e coinfeções no Sistema Prisional
31/08/2012 - Crack e HIV: um novo desafio para os sistemas de saúde
28/08/2012 - Fóruns e Congressos de Prevenção reúnem mais de 4 mil pessoas em São Paulo
15/08/2012 - Comunicado de premiação para Organizações da Sociedade Civil

Julho 2012

27/07/2012 - Virando o jogo juntos: não sem os presídios!
16/07/2012 - Nova campanha do UNODC aponta que Crime Organizado Transnacional movimentou 870 bilhões de dólares ao ano
11/07/2012 - Brasil cria sistema de base de dados sobre Segurança Pública
10/07/2012 - Brasil avança no combate à lavagem de dinheiro
03/07/2012 - Gestores públicos de Vitória debatem drogas e violência em oficina das Nações Unidas

Junho 2012

28/06/2012 - Jovens do Mérito Juvenil de Contagem (MG) disputam amistoso de futebol com recuperandos da Apac
27/06/2012 - Aberta seleção de projetos de organizações não governamentais que atuam em rede nas áreas de aids e hepatites
26/06/2012 - Declaração do Diretor Executivo do UNODC por ocasião do Dia Internacional contra o Abuso de Drogas e o Tráfico de Ilícitos
26/06/2012 - Diretor do UNODC chama a atenção para uma abordagem de saúde, desenvolvimento e direitos em relação ao problema das drogas
26/06/2012 - Mensagem do Secretário-Geral das Nações Unidas sobre o Dia Internacional contra o Abuso de Drogas e o Tráfico de Ilícitos Illicit Trafficking
25/06/2012 - UNODC lança Relatório Mundial sobre Drogas
19/06/2012 - UNODC e Ministério da Saúde lançam edital para a promoção dos direitos humanos de populações vulneráveis
16/06/2012 - Jovens de Expressão criam curtas de animação sobre drogas sintéticas
15/06/2012 - Junho é dedicado à conscientização sobre o abuso de drogas e o tráfico de ilícitos
01/06/2012 - Pequenos subsídios do UNODC apoiam parceria da sociedade civil no combate à corrupção no setor privado

Mai 2012

25/05/2012 - Aprovados os trabalhos para evento latino-americano sobre prevenção das DSTs, Aids e Hepatites Virais
23/05/2012 - Brasil passará por segunda Revisão Periódica Universal nesta sexta-feira
18/05/2012 - Uruguai e UNODC promovem discussão sobre Gestão da Segurança no Sistema Penitenciário
18/05/2012 - Altos funcionários das Nações Unidas ressaltam necessidade de combater o crime organizado na América Central
16/05/2012 - Menos armas, menos violência. Argentina avança na destruição de armas
15/05/2012 - Brasil vai alimentar banco de dados do UNODC de decisões judiciais sobre tráfico de pessoas
08/05/2012 - Nações Unidas ajudam a ampliar o sistema de assistência legal
05/05/2012 - Novo filme brasileiro aumenta a conscientização sobre o uso de drogas sintéticas e o tráfico internacional de entorpecentes

Abril 2012

26/04/2012 - As Organizações das Nações Unidas cooperam para acabar com o tráfico de pessoas e o turismo sexual
24/04/2012 - O Crime Transnacional ameaça os ODM, diz o diretor do UNODC na abertura da 21ª Sessão da Comissão do Crime
18/04/2012 - UNODC e a Organização Internacional para as Migrações assinam acordo para cooperação mais estreita
16/04/2012 - Portugal adere à Campanha Coração Azul contra o tráfico de pessoas
11/04/2012 - Do Plano à Política: Brasil busca melhorar serviços do sistema prisional
03/04/2012 - "Temos que redobrar os nossos esforços para pôr fim ao tráfico de pessoas," diz o presidente da Assembleia Geral da ONU
02/04/2012 - A parceria entre as Nações Unidas e o setor privado é crucial para cumprimento dos ODM

Março 2012

- 30/03/2012 - Abordar a direção sob o efeito de drogas para prevenir mortes nas estradas
- 16/03/2012 - Comissão de Narcóticos conclui a sessão de 2012 com um forte foco em saúde
- 16/03/2012 - Jovens de todo o mundo fazem sua declaração na 55ª Comissão de Narcóticos
- 13/03/2012 - Entrevista com José Eduardo Cardoso, Ministro da Justiça do Brasil
- 12/03/2012 - Chefe das Nações Unidas na área de drogas pede fortalecimento de marcos de cooperação e atenção à saúde como caminho a seguir para política internacional de drogas
- 12/03/2012 - Brasil anuncia contribuição anual para fortalecer o trabalho do UNODC na região
- 09/03/2012 - AVISO DE PAUTA - Começa na segunda-feira a 55ª Sessão da Comissão de Narcóticos das Nações Unidas
- 07/03/2012 - Mensagem do Secretário Geral para o Dia Internacional da Mulher
- 06/03/2012 - AVISO DE PAUTA - Brasil terá "Embaixadora de Juventude" em reunião global sobre drogas das Nações Unidas

Fevereiro 2012

- 28/02/2012 - É preciso impedir a venda de drogas para crianças por meio das mídias sociais, avalia JIFE
- 24/02/2012 - AVISO DE PAUTA - UNODC apresenta Relatório 2011 da JIFE sobre drogas e uso indevido de medicamentos
- 16/02/2012 - Paraguai e UNODC apresentam estratégias para fortalecer a luta contra a corrupção e o tráfico de drogas
- 11/02/2012 - Estados-Membros apoiam abordagem "One UN" do UNODC e outros parceiros para o crime organizado transnacional e o tráfico de drogas
- 03/02/2012 - Uso de drogas estimulantes e HIV: há muito por fazer
- 03/02/2012 - Nova iniciativa do UNODC trabalha com jovens para abordar o abuso de drogas

Janeiro 2012

- 27/01/2012 - Diretor do UNODC anuncia estudo abrangente sobre crimes cibernéticos
- 16/01/2012 - UNODC oferece curso on-line gratuito para profissionais de justiça que lidam com crianças vítimas e testemunhas de crimes

ANEXO L – MATÉRIA DE CAPA DE ZERO HORA

Nenhum SIM

10:31

64%

www.zerohora.com

ZERO HORA

DOMINGO

FUI VENDIDA

Cianda, que foi levada de Porto Alegre para a Alemanha por um valor equivalente a R\$ 20 mil, expõe o drama de pessoas transformadas em mercadoria no submundo do tráfico humano.

PÁGINAS 26 e 27

PORTO ALEGRE, DOMINGO, 20 DE JANEIRO DE 2013 - ANO 49 - Nº 12.270 - 1179 - R\$ 4,50 (COMISSÃO REVISTA) - R\$ 1,00 (VENDIDA) - 5,70 R\$ 4,00

De lupa

Deputados federais do RS gastaram mais em 2012

Despesas totais, entre elas viagens e gabinete, subiram de R\$ 8,7 milhões em 2011 para R\$ 10,1 milhões. Págs. 6 e 8

POTENCIAL IGNORADO

O que falta para o Brasil explorar a energia solar



Atividade Green Square
Condições especiais de lançamento apenas neste final de semana.



10 semanas de diálogo

Os bastidores da vinda de Vargas para o Grêmio



Negociações para a maior contratação do clube em 2013 incluíram convite para empresário acompanhar a inauguração da Arena.

ESPORTES

PARCEIRO DE TODAS AS HORAS

O cãozinho vai ou fica?

Transporte adequado, tosa em dia e alimentação balanceada são cuidados necessários na hora de decidir levar o seu mascote para o Litoral.

PÁGINAS 20 e 21



ALTO VERÃO

PEÇAS E CORES QUE REINAM NA MODA PRAIA

O tradicional biquíni de laço com sutiã cortinha ainda é o preferido para a conquista do bronzeado perfeito.



donna

Polícia

O tráfico de seres humanos

NO MUNDO

Atividades criminosas mais lucrativas



* Vítimas: 2,4 milhões

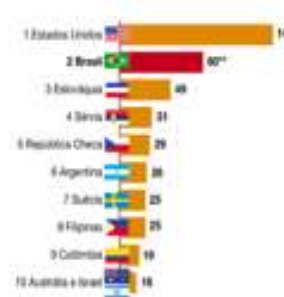
Países e regiões em que mais ocorre:



- Objetivo: exploração sexual e trabalho escravo
- Preço: US 20 mil para o valor pago por vítimas de todas as nacionalidades pelas famílias

O RANKING*

Número de processos na Justiça com sentenças judiciais relacionadas ao tráfico de pessoas



* Levantamento do Departamento de Polícia Criminal dos Estados Unidos (DOJ) datado em 14 de maio. *Número para o período anterior de 2010

NO BRASIL

• Posição na América Latina: mais "importada" de pessoas

• Destinos mais comuns: Espanha, Alemanha, Holanda, Itália, Portugal, Israel, Suíça, Paquistão e Argentina

• Rotas de tráfico

Internas: 241

Para o Exterior: 121

• Recordistas: regiões Norte e Nordeste



• Frequência de casos: 475 vítimas em 2009 a 2011, média de uma vítima a cada cinco dias

• Perfil: 72% são em cada 10 são traficadas para fins sexuais, a maioria mulheres menores e negras, com idade entre 15 e 25 anos

• Inquéritos na Polícia Federal: 387 inquéritos instaurados sobre este tipo de crime nos últimos dois meses, 29 sobre no Rio Grande do Sul

MERCADORES DE GENTE

Quando o sonho vira pesadelo

Vítimas de redes internacionais de prostituição relatam o drama de virar escravas no Exterior após promessas de uma vida melhor

por LUIZ COSTA

George viveu na Alemanha. Clássico caso por lá, mas em cárcere privado. Outras três mulheres, também gôchãs, foram presas em Hamburgo. Talia padecia como escrava no hábitat. E uma sexta jovem se viu forçada a tirar dinheiro de boate na Espanha.

Patrícia ficção, notório perfilado para ser incluído na novela *Salve Jorge*. Mas é a pura realidade. São histórias de quem virou mercadoria nas mãos de traficantes internacionais de seres humanos.

A Espanha é o principal centro deste novo mercado escravagista do século 21. Alemanha, Itália e Espanha estão entre os países onde brasileiros são traficados, como sempre com os personagens desta reportagem.

Todos vieram com ambições, cruzaram o Atlântico acreditando em uma oportunidade de dar uma guinada na vida. Mas todos foram enganados. Cláudia Ge-

des, aos 20 anos, acordou em um agrário de trópicos que a ajudaria a encontrar um príncipe encantado na Alemanha, mas acabou vendida a uma organização por R\$ 20 mil.

Também na Alemanha, George viveu. 23 anos, caiu na conversa de que seria modelo de academia e acabou como stripper, até ser esmagado e forçado. A versão oficial é de suicídio, mas a família nunca acredita nisso.

Mataram meu filho - escreveu em prantos a conhecida desempregada Teresinha Natália de Souza, 39 anos, que jurou vir o corpo de George, enterrado em Hamburgo, há 14 dias.

Estudos indicam que o Brasil é o maior "exportador" de pessoas da América Latina. E, em um ano, deverá aumentar o segundo lugar como país onde mais são julgados processos criminais referentes ao tráfico de seres humanos.

A cada cinco dias, uma vítima é alvo deste tipo de crime em solo brasileiro - seja para o tráfico interno ou externo, conforme levantamento de outubro realizado pela

867 inquéritos foram instaurados pela Polícia Federal sobre tráfico de pessoas nos dois últimos meses, 29 sobre no Estado

Secretaria Nacional de Justiça, em conjunto com o Escritório das Nações Unidas para Drogas e Crimes (UNODC). A maioria é explorada sexualmente, predominantemente jovens mulatas e negras, sem feição dos europeus.

A CPI do Tráfico de Pessoas do Senado, finalizada em dezembro, lançou 867 inquéritos instaurados pela Polícia Federal (PF) sobre este tipo de crime nos últimos dois meses, incluindo 29 no Rio Grande do Sul.

Um deles resultou na prisão, no vésperas do Natal, de Ernani Fernandes da Silva, 49 anos, ex-dançarino em boates da Alemanha que se encontra em Viçosa, onde aturou outras vítimas - uma espécie de curandeiro. Ernani estava for-

gado da Justiça Federal desde 2006, quando foi condenado a seis anos e dois meses de prisão por alistar três jovens para prostituição na Alemanha, onde acabaram presas no aeroporto de Hamburgo e deportadas, em 1999. A pena surgiu a favor de sua acusação de vender outra mulher que foi trabalhar em uma boate na Espanha. E foi no caso de Ernani, em Hamburgo, que George desembuchou para a viagem sem volta à Alemanha.

O tráfico de pessoas é crime, mesmo que a vítima seja consentente com a situação. E é considerado de alto grau de repressão, principalmente quando o destino é o Exterior, porque sempre quem é coagido se dispõe ao trabalho de debater o caso.

A pessoa está em um país estrangeiro, irregularmente, não fala o idioma e tem medo de procurar as autoridades. O seu único dia de segurança acaba sendo explorado e quem fica completamente à mercê, sofrendo humilhações e espancamento - analisa a delegada Diana Calzavara Mann, da Delegacia de Defesa Institucional da PF gôchã.

Diana critica a complexidade com a qual estão à frente de casos de prostituição, os cadêres, ainda mais complicados como crime:

Existem situações de abdução de donas de prostituição sob o princípio da adequação social e são controversas. Há uma política de repressão ao tráfico de seres humanos e, ao mesmo tempo, tenta limitá-lo com a exploração social. A sociedade precisa refletir sobre isso.

A ministra Maria do Rosário, da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, lembra que o governo desenvolve o Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas, visando qualificar o combate ao crime.

Precisamos estar mais articulados com outros países, dar mais apoio às vítimas, para que elas não se transformem em novas alvejadas. E outros esforços no Brasil para buscar outras mulheres com intenção de pagar dívidas com quem as explorou - alerta.

polícia federal/continua.com.br

O ESQUEMA



1 Querendo carro e viajar de luxo, alunas se apressam de comprar bilhetes aéreos, selarão e já estão com o passaporte de férias enviado no Exterior para trabalho, em geral, de cabeleireira, manicure, babá ou costureira.



2 Despesas com passaporte e passagem aérea são lançadas pelo alunas. O contratado é que se volta sendo pago em pouco, quando as jovens já estiverem empregadas.



3 Após a chegada na Europa, elas descobrem que foram enganadas. Os alunos confirmam passaporte e exigem até R\$ 40 mil para devolver os documentos. Em caso de desistência, as traficantes ameaçam matar familiares das alunas no Brasil.

4 Amadrontadas no universo, as alunas se apressam a buscar em lojas ou lojas, se procurando para pagar as dívidas, além de pagar com porta de trabalho, alguns, ainda a viajar.



5 Traficantes também se tornam vítimas, mesmo sabendo que são usadas no Exterior para trabalhar com elas.

O CRIME

O artigo 331 do Código Penal prevê prisão de três a oito anos a quem promover a saída ou a entrada no país de pessoas com a finalidade de exploração sexual ou prostituição, seja no Brasil ou no Exterior. Também está sujeito a condenação quem comprar ou alugar uma pessoa traficada.

DISQUE-DENÚNCIA

180

Fornece informações anônimas 24 horas por dia, durante 24 horas, incluindo atendimento de

Via países da Europa



Portugal
Disque 900-800-055: digite o código 1, e informe o denunciante em português e 000 81 e o número 2798-0180



Espanha
Disque 9-009-0050 e após os dados dados



Italia
Disque 800-112-211 e siga o mesmo procedimento



Cartas e fotos são as únicas lembranças que Terezinha tem do filho

A viagem sem volta de George

Egresso do Exército, ambulante, George Teirista, 21 anos, tinha pouco a perder de vida. Queria ajudar a mãe, a costureira Terezinha Natividade de Souza, e no dia irredutível a sair da situação difícil de pobreza migrante catariense refugiado em sua casa da Vila São José, em Porto Alegre.

Não sabia quando uma visita ofereceu R\$ 200 por dia como instrutor de academia na Alemanha, além de comida e comida de graça. George vendeu um Fusca, comprou passagens de ida e volta, tirou fotos para o passaporte, e começou a viajar de que tinha formado a família com.

Ele era muito ambicioso e queria para tirar, mais, deita em si, só um três meses e nossa vida vai mudar - lembra Terezinha, vivendo hoje em Urubici, na terra catariense.

Em junho de 1998, George embarcou para a Europa. No seu e-mail a visita Maribel Fernandes Pinto, cujo irmão, Ervani Fernandes da Silva, ajudou George com o emprego.

Terezinha não tinha telefone, e George se comunicava por cartas. Como que se quer da falta de trabalho e

diabete disse que virou stripper em uma boate e que tinham tirado sua passagem de volta ao Brasil.

Passou um ano depois, George apareceu de surpresa em casa. Para a mãe, tinha o semblante estranho. Fyco apenas um pedaço de carne tuda de abril de 1997 na casa dela e contou que retornara logo para a Alemanha comprar viagem com dinheiro emprestado pelo dono da boate e precisava trabalhar para quitar a dívida. Foi a última vez que Terezinha viu o filho.

Em julho de 1998, George escreveu contando que tinha se casado com uma alemã, e que pretendia casar-se com a jovem em Porto Alegre, pensando chegar em setembro. Em 21 de agosto daquele ano, um fax chegou às mãos de Terezinha, informando a morte da rapar. O corpo tinha sido encontrado no banheiro de casa, com seu cinto de segurança em seu pescoço. Para a polícia alemã, não foi.

Como pode uma pessoa se casar em julho e se matar em agosto? Ele foi assassinado, mas não conseguiu provar nada - afirma, aos prantos.

George foi sepultado em Hamburgo.

Cláudia foi vendida por R\$ 20 mil

Julho de 1995. No salão de beleza em que trabalhava, no bairro Assunção, no Capão, a cabeleireira Cláudia Mendes contou de uma amiga modelo e cliente de "votar mulher de campo não ganhar dinheiro para dar uma casa para a mãe".

Cláudia só teria de ir a Europa para ser apresentada a um bom sucedido empresário alemão, que vivia em Neuss, na região de Düsseldorf. O interesse de Cláudia era se casar com uma negra brasileira e viver na Bahia. Se Cláudia aceitasse, teria vida de princesa. Do contrário, poderia trabalhar lá ou voltar para casa.

Morosa, solteira, 28 anos, com uma criança para criar, Cláudia pediu aos pais e embarcou para a Alemanha, foi recebida pela irmã do agraciado de empregos. A mulher levou Cláudia para lojas de roupas, salda de beleza e depois para a "nova casa". O futuro marido veio com Cláudia para um passeio de carro. Com o dobro da idade dela, o homem decidiu ficar com Cláudia, mas não poderiam se casar - de jó o casamento. Então proibido de sair sem a casa da amiga e teria de esperar o filho deixado com a mãe.

- Aquela altura, já tinha me arrependido, me desespero e grito "meu Deus". Ele, entretanto, dirigindo a 130 km/h, tirou as mãos do volante e disse que não acreditava em Deus, que tinha de ser de julho dele, porque tinha pago por mim. Perguntava se eu tinha recebido dinheiro.

Desorientada, Cláudia foi levada ao "interior". Quatro dias depois, o agente de modais apareceu na casa. O bilhete cobria explicações, e exigia de volta o que tinha pago - R\$ 20 mil. Além de Cláudia. Sobrevive também fora do Brasil.

- Ai teve muita confusão e amaldiçoado que tinha sido vendido. Fui o pai.

Foram 25 dias de angústia até que Cláudia recebeu o passaporte para embarcar de volta. De mãos e olhos vazios.



Após chegar à Itália, Talita teve de entregar passaporte e dinheiro

Talita, escrava por dois anos

Filha de uma família de classe média da Paraíba, Talita Saiz - nome adotado ao assumir a condição de transsexual - foi rapada de sete aos 15 anos. Ganhou a vida nas ruas de João Pessoa, até ser atraída por Ismael Alves Cabral, a Diná, travesti parábano que vive em Roma, suspeito de comandar uma rede de tráfico para exploração sexual na Europa a partir do Nordeste.

Decidiu a se dar bem na Itália - um dos destinos preferidos de transsexuais brasileiros -, aos 18 anos, em 2002, Talita acabou se apossando. Na Paraíba, uma irmã de Diná organizava a viagem. Batizou as despesas e a colocou em um avião com outros dois transsexuais rumo à Toscana, cada um com R\$ 2 mil na bolsa para serem usados como tábua.

No chegada à cidade florentina de Viareggio, teve de entregar o passaporte a Diná e o dinheiro com o qual passou na alfândega. Talita sabia que teria de pagar pela viagem, já contava histórias de pessoas que se rebelaram e eram

vendidas a redes de traficantes europeus. Mas não esperava que a conta fosse tão alta: US\$ 11 mil, de transsexual - foi rapada de sete aos 15 anos. Ganhou a vida nas ruas de João Pessoa, até ser atraída por Ismael Alves Cabral, a Diná, travesti parábano que vive em Roma, suspeito de comandar uma rede de tráfico para exploração sexual na Europa a partir do Nordeste.

Talita conta que trabalhou das 20h às 04h, chegando a 13 programas por noite. Lembra que foi escravizada por dois anos, até conseguir sua carta de alforria, em Roma.

- Tenho gente que se rebelava, se apossando nas drogas, desesperada por ganhar o dinheiro, mas vê-lo se enfuma. Passavam nas casas me bebendo a grana toda e morri.

Diná, o irmão de Talita, foi denunciado em 2010 pelo Ministério Público Federal da Paraíba com outros quatro parábanos e um italiano sob suspeita de tráfico de pessoas de transsexuals para a Europa.

Talita ainda conta o dinheiro perdido, mas se considera uma mulher livre. Desde mais nova em Orvieto Alegre, buscando uma nova vida.

ANEXO M – MATÉRIA DE CAPA - REVISTA CAROS AMIGOS

“Sonho de melhorar de vida faz brasileiras escravas sexuais na Europa”

Seção: Cotidiano

Publicado em Terça, 05 Fevereiro 2013 17:11

Por Rôney Rodrigues

Claro, ela não quer mais relembrar essa história. Diz que pretende riscar esse capítulo de sua biografia e não adianta espicaçar sentimentos, colocar sadicamente o dedo em sua ferida e perguntar: “E aí, como é ser vítima do tráfico de pessoas?” Ela foi jurada de morte por uma organização criminosa e se recusa a entrar no programa de proteção às testemunhas, não aceita ir para “um lugar estranho de novo”, receber outra identidade e esquecer a vida que, agora, tenta reconstruir. Para ela, de “prisão” já bastou a que viveu por quase um ano na Espanha. É difícil ter uma dimensão palpável de como seus direitos foram violados, então tente se colocar no lugar dela. Você vem de um casamento malsucedido em que apanhava diariamente e está sem emprego e grana no bolso. As coisas estão difíceis e você descobre que dá para descolar uma grana se prostituindo, 30 a 40 reais por programa, mais do que qualquer emprego paga em sua paupérrima região.

Reportagem publicada na edição 183 de Caros Amigos, disponível na [*loja virtual*](#)

Surge um cara que faz promessas, é gentil e reacende seus sonhos cinderescos. Ele conta sobre um mundo distante que você só conhece pela televisão, a Espanha, onde se recebe em euro e é a terra das oportunidades. Diz isso com as passagens na mão e vocês se mandam para lá.

Então você descobre que ele faz parte de uma rede criminosa que trafica pessoas para explorá-las sexualmente. O seu passaporte é retido, argumentam que você contraiu uma altíssima dívida e não pode sair enquanto não pagá-la, sendo obrigada a manter mais de 10 relações sexuais por dia e não importa que esteja cansada ou mesmo menstruada. Você não pode fugir, não pode gritar, afinal, seu ex-príncipe pode matá-la e conhece a sua família.

Você engravida e se torna um peso que pode comprometer os lucros. A dona do prostíbulo quer que você aborte. Esse inferno dantesco se arrasta até que a polícia espanhola consegue resgatá-la e a deporta para o Brasil. Você está chegando ao Aeroporto Internacional de Guarulhos. E agora, o que você faz? Primeiro, saber que você não é única e está longe de ser a última.

NÚMEROS

Segundo dados do Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crime (UNODC), 2,4 milhões de pessoas são traficadas, anualmente, para o trabalho forçado. A exploração sexual representa quase 80% dos casos detectados – seguido do trabalho escravo e do comércio ilegal de órgãos. De cada cinco vítimas, quatro são mulheres ou meninas e metade das pessoas traficadas são menores de idade. O lucro estimado dessas organizações criminosas, ainda segundo o UNODC, é de US\$ 32 bilhões por ano, o que coloca o tráfico de pessoas como a terceira atividade ilegal mais lucrativa do mundo, atrás apenas do tráfico de drogas e armas. Alguns pesquisadores afirmam que, ultimamente, esse crime tem recebido mais investimentos, pois a natureza de seu lucro não se esgota: se drogas e armas têm vendas únicas, uma pessoa pode ser vendida e revendida infinitas vezes.

Um Levantamento da Organização Internacional do Trabalho (OIT), baseado no Relatório Nacional sobre Tráfico de Mulheres, Crianças e Adolescentes para o Propósito de Exploração Sexual (publicado em 2002), mapeou 241 rotas de tráfico: 110 dentro do Brasil e 131 internacionais. As ações estão concentradas em 520 municípios. Os principais destinos no exterior são para Europa – especialmente Espanha, Portugal, França e Itália – e Estados Unidos.

Segundo o Ministério Público e a Polícia Federal, cerca de 70 mil brasileiros são traficados, anualmente, para o exterior, correspondendo a 10% dos lucros mundiais. Goiás ocupa a primeira posição no ranking nacional de tráfico de pessoas, de acordo com os inquéritos apurados, com 18,6% dos 750 casos registrados no país na última década. Isso com uma população sete vezes menor que a de São Paulo, que ocupa a segunda posição, com 12,8% dos inquéritos, seguido por Minas Gerais (9%) e Rio de Janeiro (7%).

São muitos os brasileiros traficados, por isso, o Aeroporto Internacional de Guarulhos, ponto de saída e entrada da maioria das pessoas aliadas, conta com Posto de Atendimento Humanizado aos Migrantes, uma iniciativa da Associação Brasileira de Defesa da Mulher, da Infância e da Juventude (ASBRAD) em conjunto com a Secretaria Nacional de Justiça (SNJ) e o patrocínio da ONG holandesa Cordaid. As atividades do Posto incluem acolher pessoas vítimas desse crime.

São muitas as situações de exploração de prostitutas e travestis em seu ambiente de trabalho, porém nem toda exploração caracteriza tráfico. Alguém que viaje de um canto ao outro do país e ao exterior para exercer sua profissão é um trabalhador migrante. Aqueles que não podem deixar seus postos de trabalho por endividamentos, retenção de documentos ou violência, esses, sim, são vítimas de tráfico.

No tráfico de pessoas, a vítima perde sua característica ontológica de ser humano e passa a ser uma mercadoria e sua existência serve apenas ao lucro. A escolha quase sempre se dá por indivíduos com certa vulnerabilidade social – seja de condições migratórias, gênero, étnicoraciais ou econômicos.

A pesquisadora Maria Lúcia Leal é coordenadora do Grupo de Pesquisa sobre Tráfico de Pessoas, Violência e Exploração Sexual de Mulheres Crianças e Adolescentes (VIOLES), ligado a Universidade de Brasília (UnB), e o responsável pelo primeiro estudo sobre o assunto no país, que deu forma ao plano e às políticas de enfrentamento ao tráfico de seres humanos no Brasil. Segundo ela, as principais vítimas recrutadas pelas redes são mulheres entre 17 e 25 anos, de classes populares e baixa inclusão nas políticas públicas, especialmente, na educação. Têm trabalhos precários ou informais. Geralmente foram casadas, têm filhos e ajudam financeiramente a família. Em alguns casos, como as famílias também são muito vulneráveis, os próprios pais vendem suas crianças.

“Essas mulheres criam uma expectativa de saltar de vida e precisam do dinheiro. Algumas ficam até pagar a dívida para poder juntar mais um pouquinho e não voltar se sentindo uma fracassada”, salienta a professora da Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicação (ESAMC), Verônica Teresi, que passou dois anos na Espanha pesquisando a vida dessas mulheres.

“Quando falamos em vulnerabilidade – o que não significa que elas são frágeis, ao contrário, são fortes por tudo que passam – o responsável é o Estado, que é omissivo e vagaroso na constituição dos direitos e da cidadania das mulheres”, denuncia Leal. Para alguns estudiosos do tema, é preciso ressaltar quanto ao tratamento dessas pessoas.

Vitimizar seria, para eles, retirar a autonomia dos sujeitos e transformá-los em seres incapazes de agência. Além disso, a polarização “vítima versus algoz” assumiria um tom moral que não auxilia no seu entendimento, pelo contrário, só reduziria a complexidade do problema. “Há um conservadorismo inerente ao discurso de ‘vítima idealizada’, ao mesmo tempo em que os responsabiliza individualmente pelos atos ao ‘deixar-se aliciar’, ‘denunciar ou não denunciar’ etc.”, diz a antropóloga Maia Sprandel, que integra o Grupo de Trabalho de Migrações Internacionais da Associação Brasileira de Antropologia. “Tal individualização não leva em consideração - ou não quer levar - que a potencial vítima tem uma história de vida construída coletivamente e que suas decisões de ir ou ficar são vivenciadas em contextos familiares ou afetivos”.

Para ela, o conceito de vítimas é utilizado porque é “mais palatável” para políticas públicas ao retirar do sujeito a condição de trabalhador e empreendedor que busca - ao se deslocar para outro lugar - melhorar suas condições de vida e dos seus familiares.

TANTAS HISTÓRIAS

Esse não é um dia muito bom para Dalila Figueiredo, presidente da ASBRAD. Lá fora aguarda com os seus filhos uma boliviana que era escravizada em uma fábrica têxtil de Guarulhos e espera voltar para seu país. Por email, Dalila também conversa com uma brasileira que está na Europa e teve sua filha internada em um abrigo pelas autoridades portuguesas. O caso, ainda não esclarecido, parece envolver tráfico.

As outras histórias que ela me conta, acumuladas em dez anos de trabalho, são pesadas. Histórias essas que ajudaram a construir uma metodologia de trabalho que acolha e seja menos inquiridora. Dalila conta casos de mulheres com estresse pós-traumático que só se comunicavam em espanhol e se esqueceram da vida antes de serem exploradas; de

como as organizações criminosas promovem rodízios de pessoas para manter uma “novidade” a seus clientes; de mulheres que são alertadas da exploração, mas preferem correr o risco a permanecer no Brasil.

Um aspecto que tem mudado, nos últimos tempos, é a forma de aliciamento que tem sido pela internet. Segundo Dalila, o número de mães que vão até a sede da ASBRAD para consultá-la sobre propostas no exterior é muito grande. Dizem que a filha conheceu um cara na internet - ou, então, viu algum site - e tem uma proposta de emprego no exterior que banca passagem, moradia, alimentação e até roupas. Filme antigo.

“Eu digo para parar tudo! Pela nossa experiência, percebemos que a internet tem facilitado o trabalho desses aliciadores”. Essa facilidade tem assustado: em apenas um ano o SaferNet, entidade especializada no combate aos crimes e violações aos direitos humanos na internet, registrou 707 sites suspeitos de serem agências aliciadoras para o tráfico de pessoas. Por mais difícil que seja precisar, quem financia e lucra com estas atividades? “Quem está ganhando eu não sei”, responde-me. “Mas quem está perdendo sei muito bem: são essas mulheres que eu recebo diariamente aqui”.

REDES CRIMINOSAS

Sim, muita gente está perdendo, inclusive a vida, como Verônica Crosati, que foi esfaqueada, em 2010, dentro de sua casa em Milão, na Itália.

Ela já havia procurado entidades que prestam ajuda a vítimas de exploração sexual e queria denunciar uma rede que a escravizara e supria cerca de metade do mercado milanês de prostituição. Esse também foi o destino de Letícia Peres Mourão, assassinada em dezembro de 2008 com um tiro na nuca, em Guará (DF). O crime foi encomendado por uma organização criminosa dona de seis prostíbulos na Espanha. Letícia havia denunciado o horror enfrentado durante os oito anos que passou nos bordéis espanhóis.

Essas são apenas duas histórias, porém, os dados sobre assassinatos cometidos por essas redes são subnotificados e a realidade pode ser mais perversa. Muitas vezes, para despistar, as organizações os maquiavam, levantando hipóteses de suicídio, roubo e assassinato cometido por companheiros das vítimas.

Juliana Armede é coordenadora do Núcleo de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas de São Paulo, e aponta o interesse central dessas redes. “Lucro”, diz, veemente. “É só dinheiro, as pessoas não fazem diferença, o que importa é lucrar. O problema é como estão ganhando”. O lucro dessas redes, aliás, faz parte de uma matemática elementar do capitalismo, principalmente nas relações trabalhistas: quanto menor os custos e maior a possibilidade de exploração, melhor. Explorar, hoje em dia, é um efetivo instrumento do capital para facilitar a acumulação e concorrência em seu processo de expansão na economia globalizada.

“Esses altos lucros não se dão no deslocamento para o exterior - apesar do trabalhador pagar sempre de maneira superfaturada -, mas no período de trabalho”, afirma o pesquisador Marcel Hazeu, da Sociedade de Defesa dos Direitos Sexuais na Amazônia (Sodireitos), ONG que atua desde 2006 na defesa dos direitos humanos, em especial dos direitos sexuais e migratórios na Amazônia. “A não punição exemplar de quem explora, escraviza e trafica pessoas pesa no balanço de empregadores e exploradores em arriscar-se na ilegalidade, em vez de arcar com as despesas sociais e trabalhistas”.

Esses exploradores, que se articulam em rede para traficar pessoas do Brasil, mantêm aliciadores que, geralmente, conhecem a família e os amigos da vítima e utilizam isso para intimidação. Há também a participação das próprias vítimas como aliciadoras – muitas vezes para saldar suas dívidas. Armede explica que essa característica é devido a “uma questão territorial”. “Eles precisam de alguém que conheça o lugar e abra espaço. É a lei da oferta e procura”, diz, mas faz as ressalvas que as articulações dessas redes ainda são obscuras e que o Estado não está totalmente organizado para enfrentá-las.

Outro fato importante é que esses aliciadores têm contato, também, com outras redes internacionais: “O crime não é informal, é organizado, ninguém manda alguém para Europa sem contatar alguém lá”, aponta Rodrigo Vitória, oficial da Área de Governança e Justiça do UNODC. “As quadrilhas são organizadas e criam ramificações em vários países para cooptar pessoas”.

Mas um grande desafio para a Polícia Federal é a corrupção e a falta de informações oficiais, o que dificulta identificar todos os envolvidos. Estela Scandola, representante do Comitê Nacional de Enfrentamento à Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes, acredita que impera uma visão restrita sobre o problema, o que dificultaria a responsabilização de todos os envolvidos. Ela também questiona a responsabilidade da cadeia produtiva “honesta” que utiliza o tráfico para se manter.

“Quem determina o perfil de pessoas que vão ser traficadas é a demanda, ou seja, se é para sexo, para trabalho doméstico, para trabalho temporário etc. A rede de traficantes trabalha para esta demanda. Porém, a legislação é focalista e, com isso, quem lucra com o tráfico de pessoas tem pouca ou nenhuma responsabilização no nosso atual sistema”. Ou seja: interessa a muitos a manutenção desse crime, mas as denúncias, geralmente, acabam na penalização individualizada dos acusados. Mas e quando o Estado e suas políticas sociais e econômicas têm tanta responsabilidade quanto esses criminosos?

GLOBALIZAÇÃO

A responsabilidade existe, afinal, precisa-se manter a lucratividade e a exclusão social, disfarçados no discurso de globalização. As transformações do capitalismo na década de 1970 promoveram, de certa forma, o aumento da precarização do trabalho, da terceirização, da instabilidade contratual e do desmonte da organização da classe trabalhadora.

Quando se olha para a agressividade do mercado e a necessidade da oferta de trabalho ter o menor custo em sua relação de troca de capital, nota-se que o crescimento do tráfico de pessoas - algo que não é novo na história, mas que agora possui outra face - é um produto desse mundo globalizado, em que a força de trabalho tem que ser super aproveitada.

“A globalização rebate de forma diferenciada na questão do gênero e as mulheres estão sem nenhum tipo de proteção. Forma-se, então, um corredor de migrações irregulares com explorações de diferentes formas, e uma delas é no mercado do sexo”, afirma Leal. Mas e se as políticas transnacionais forem apenas um pretexto de países centrais para conter o fluxo migratório? Imagine a situação desses países que passam pela maior crise financeira desde a quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, em 1929. Empresas estão falindo, outras demitindo em massa e algumas suspendendo direitos trabalhistas.

E, ainda, há um contingente de pessoas vindo de países periféricos em busca de melhores oportunidades de empregos e que, é claro, vão usufruir do serviço social do país e, para esses países, vão acarretar mais problemas. Algumas medidas não tiveram boa repercussão, não que esses países se importem. Um exemplo foi a Diretiva do Retorno, mais conhecida por “Diretiva da Vergonha”, aprovada pela União Europeia que discrimina oito milhões de imigrantes indocumentados e cria condições para expulsá-los.

Então, sob a justificativa de proteção aos direitos humanos, surge uma solução que não pega tão mal: alegar que esse fluxo migratório pode estar sendo usado para ser explorado por organizações criminosas. “É uma política higienista que criminaliza os indivíduos e as atividades de prostituição”, afirma Leal. “É o controle social dos corpos - reprimindo para estabelecer a ordem e o equilíbrio da sociedade - para um desenvolvimento voltado para as classes conservadoras”.

Sprandel destaca que essa política surge, nos últimos anos, em um contexto de restrição à imigração de trabalhadores na Europa e nos EUA, o que os isentaria de pautarem discussões mais urgentes, como a dos direitos dos migrantes. “Por que, enquanto as políticas públicas para atender às demandas dos migrantes têm se arrastado há décadas, a agenda antitráfico rapidamente mobilizou as estruturas de poder e da sociedade civil, resultando numa política e num plano de enfrentamento que já está em vias de aprovação de sua segunda edição?”, se pergunta.

Para a pesquisadora, é importante que o Brasil possa dialogar e não simplesmente “se render” a abordagens hegemônicas de agendas internacionais. “Corremos o risco de dissipar energias e experiências acumuladas, tornando a bem intencionada defesa dos direitos humanos numa pauta vazia e referida a sujeitos que sequer irão se posicionar, por serem vítimas. A temática do tráfico de pessoas precisa ser colocada em seu devido lugar. É apenas uma pequena parte de uma realidade maior, referente aos desafios da mobilidade humana em nosso período histórico”, diz.

Pergunto quais políticas migratórias seriam necessárias para atenuar o tráfico de pessoas e outros problemas decorrentes de políticas migratórias antiquadas e conservadoras. “Uma que garanta a mobilidade humana e os direitos dos trabalhadores migrantes e suas famílias. Simples assim”, diz ela.

TRÁFICO INTERNO

Se a agenda antitráfico internacional pode ser uma jogada para maquiar políticas higienistas e antimigratórias de países centrais, também pode esconder a realidade do tráfico interno dentro do próprio Brasil.

Ou você nunca notou a quantidade de crianças no litoral abordando solitários senhores grisalhos; ou nas pessoas de outras regiões do país que são deslocadas para abastecer o mercado sexual das grandes metrópoles; ou nas que são levadas para beira de rodovias de alta circulação de cargas, áreas com boom industrial e ao redor de projetos desenvolvimentistas do governo?

O tráfico interno é debatido há pouco tempo no país. Em 2000, a primeira Pesquisa Sobre Tráfico de Mulheres, Crianças e Adolescentes para Fins de Exploração Sexual (PETRAF) indicou as rotas desse crime. O Código Penal brasileiro só passou a criminalizá-lo, explicitamente, em março de 2005. Antes, só o internacional era reconhecido e, por isso, ainda hoje, conta com mais visibilidade em função de estudos, pesquisas, denúncias e atuação do poder público e de movimentos sociais.

Um dos motivos do “silêncio” em relação ao tema é que debater a exploração no exterior lança a responsabilidade e a culpa fora do território nacional sem questionar as contradições e os problemas internos.

“Denunciar o tráfico e suas raízes, na maioria das vezes, significa denunciar as próprias políticas públicas que promovem as condições para sua existência; e isso colocaria o Brasil em situação vexatória diante dos demais países”, afirma Scandola. Para ela, o governo brasileiro teme borrar sua imagem de aceitação ao falar do tráfico interno. “E muitos, ainda, ficam ofendidos, dizendo que estamos inventando situações”, lamenta.

Um aspecto problemático desse crime, que é apontado como “situação inventada”, são as obras de grande porte - muitas feitas com dinheiro do BNDES [Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social] -, que atraem essas redes criminosas em busca de um mercado consumidor rentável. O problema sequer é mencionado em relatórios socioambientais exigidos pelo governo.

As cidades que abrigam grandes obras como a Usina de Belo Monte (PA), a construção da Ferronorte (PE) ou empreendimentos agrominerais e industriais movimentam muita grana e recebem grande contingente de pessoas, porém com um custo: o tráfico de pessoas para trabalho forçado e exploração sexual. Em alguns casos, como na construção das usinas de Jirau e Santo Antônio, em Porto Velho (RO), cerca de 100 mil operários foram à região em busca de empregos.

Esse desenvolvimento também atrai estrangeiros em busca de melhores oportunidades de emprego, principalmente, em regiões de fronteira, com entrada de muitos bolivianos, paraguaios, peruanos, haitianos, surinameses e guianenses. Como falta infraestrutura social em certas regiões desses países, eles são aliciados para o serem explorados a um custo muito baixo e, ainda, sem direitos trabalhistas ou oportunidade de denúncia, já que estão ilegais no país e temem serem deportados.

“É difícil apontar e definir as redes criminosas porque as obras são implementadas por grandes empresas e consórcios e com apoio do Governo. Juntos, atuam de forma ilegal em relação à legislação ambiental, de respeito a terras indígenas e direitos trabalhistas, além de omissão de responsabilidade pelos impactos sociais”, aponta Hazeu.

E continua: “A terceirização dessas grandes obras - através de empreiteiras - estimula a organização do trabalho através de lógicas do tráfico de pessoas. O próprio deslocamento forçado da população local leva a vulnerabilidades extremas”. Para Hazeu, é criminosa a atitude do governo em minimizar os impactos sociais da implementação dessas grandes obras.

“Vivo num estado, Mato Grosso do Sul, em que a migração está no cotidiano de quem quer ver, mas é comum gestores públicos não reconhecerem a existência de migrantes”, conta Scandola. “Eles falam, primeiro, da ilegalidade

e da necessária atuação de controle dos fluxos migratórios e, somente depois de alguma ação política de defesa, falam dos direitos e, ainda assim, como peso sobre as políticas sociais”. Já Sprandel acredita que se deve tomar um cuidado especial nessas reivindicações. “Cobrar do governo e da Polícia Federal maior atuação nessa área seria desastroso para a prostituição autônoma, que sempre se caracterizou pela mobilidade”, afirma. “Se o tráfico é para trabalho escravo ou trabalho doméstico, penso que a subnotificação tem a ver com a naturalização, em nossa sociedade, destas modalidades de trabalho”. Então, como construir políticas públicas, plurais, que garantam a mobilidade migratória e combatam redes criminosas de tráfico de pessoas?

POLÍTICAS PÚBLICAS

A partir da aprovação, em 2000, da Convenção das Nações Unidas contra o Crime Organizado - mais conhecida como Convenção de Palermo - e seus Protocolos Adicionais, o mundo passou a contar com instrumentos para operacionalizar a cooperação jurídica internacional. No Brasil, ela só foi promulgada quatro anos depois.

De acordo com a Convenção, as pessoas aliciadas devem ser tratadas como vítimas de tráfico e receber proteção especial das autoridades dos países envolvidos. Mas, segundo alguns relatórios da Polícia Federal, os brasileiros detidos são tratados como criminosos e deportados como imigrantes indocumentados. Isso mostra que os países receptores não estão preocupados com o sofrimento e a violação dos direitos das pessoas traficadas, ao contrário, querem puni-las e expulsá-las.

Em outubro de 2006, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva promulgou, também, a Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e organizou diversas iniciativas no âmbito do governo federal em torno desse tema, como os Núcleos de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas e os Postos de Atendimento. Essas ações visam articular diversos segmentos da sociedade civil e ocupar um espaço na esfera pública para pautar essas discussões.

Porém, na época da implementação dessas medidas, o governo brasileiro estava sendo pressionado a elaborar uma política para brasileiros no exterior. Além disso, estava em execução o Plano Nacional de Enfrentamento à Exploração Sexual Comercial de Crianças e Adolescentes e o Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo. O termo “tráfico de pessoas” surge, então, como maneira de unificar todos esses planos e medidas. Agora o país caminha para o segundo Plano Nacional, que deve ser lançado ainda esse ano. Para Sprandel, o segundo Plano só conseguirá prosperar se “garantir esse caráter protetor do trabalhador migrante, regular ou irregular, traficado ou apenas explorado, prostituta ou peão”.

Para ela, as políticas de enfrentamento ao tráfico de pessoas só terão efeito se as políticas econômicas e de migração estiverem em consonância, ao garantir acesso a direitos civis e sociais e oferecer às pessoas a real escolha de permanecer num lugar ou migrar. Um fato que é apontado como desafio às políticas públicas de enfrentamento ao tráfico para exploração sexual é a legislação brasileira, que não diferencia a prostituição forçada da voluntária. O deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ) tenta articular uma proposta para que a prostituição seja exercida de forma autônoma e que autorize o funcionamento de casas de prostituição, hoje proibido no Código Penal.

Quando se pensa na prostituição como economia, ela é uma indústria altamente organizada e interconectada, gera um número considerável de empregos, promove a circulação de capital e, ainda, é utilizada por certos grupos da população para lidar com a pobreza e compensar a ausência de políticas sociais. Segundo essa proposta, regulamentá-la seria a melhor opção a ser tomada por coibir a ação de grupos criminosos nesse meio. Porém, esse é um debate acalorado entre grupos feministas e longe de chegar a um consenso. De um lado, há a linha de pensamento abolicionista que defende que a prostituição é, em si, abuso, fruto da violência de gênero e mercantiliza o corpo feminino. O combate ao tráfico de mulheres, portanto, deveria ser feito mediante o combate à própria prostituição.

Outros não a condenam como violência inerente contra as mulheres e defendem a autonomia das trabalhadoras do sexo, condenando somente as condições de exploração que as mulheres possam ser submetidas. Para eles, a prostituição deve ser tratada como outras profissões com déficits de direitos e que, ao distingui-la de outros trabalhos, reforça a marginalização das prostitutas. “Essas pessoas precisam de proteção, são assassinadas antes de conseguirem denunciar. Além disso, é preciso regulamentar o mercado do sexo e isso depende de uma reorganização profunda dentro do Judiciário”, afirma Leal.

Por outro lado, Teresi destaca que a legalização da prostituição não significa acabar com a exploração sexual, muito menos com o tráfico de pessoas. Em abril desse ano foi instalada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Tráfico de Pessoas no Brasil, criada pelo presidente da Câmara, Marcos Maia (PT-SP). A intenção é apurar casos de desaparecimento de pessoas, entre 2003 e 2011, e o tráfico para comércio internacional de órgãos, adoção internacional ilegal, prostituição e trabalho escravo. “A CPI poderá produzir um bom relatório, principalmente se não assumir temores antiprostituição e se trabalhar a temática do tráfico de pessoas dentro do mundo do trabalho, e não como questão criminal”, afiança Sprandel.

E, claro, tratar dessas questões significa repensar o crescimento econômico brasileiro que, isolado de outras políticas que promovam a qualidade do emprego, é insuficiente e impulsiona o fluxo migratório em direção a supostas oportunidades para melhorar de vida. É aí que se desenvolvem redes criminosas para mercantilizar seres humanos e abrir espaço para a migração irregular, o contrabando de migrantes e o tráfico de pessoas.