

A Telenovela *Salve Jorge* e o Desdobramento Político do Tema Tráfico de Pessoas no Brasil

The soap opera *Salve Jorge* and the Political Outreach of the Trafficking Theme of People in Brazil

La telenovela *Salve Jorge* y la división Política respecto a la Trata de Personas en Brasil

Carla Montuori Fernandes

Pontifícia Universidade de São Paulo (Brasil)

carla.montuori@docente.unip.br

Giseli Sacco

Pontifícia Universidade de São Paulo (Brasil)

giselisacco@gmail.com

Fecha de recepción: 03 de noviembre de 2017

Fecha de recepción evaluador: 28 de enero de 2018

Fecha de recepción corrección: 16 de febrero de 2018

Resumo

Conferida a importância marcante da telenovela na sociedade brasileira, a pesquisa tem por objetivo analisar a relação de intermedialidade do tema tráfico de pessoas, exibido na novela *Salve Jorge* para a mídia impressa e para o campo político. Nesse sentido, pretende-se elencar como ação denominada *merchandising social*, inserida na trama da telenovela repercutiu na configuração de projetos políticos e medidas jurídicas, visando ampliar o controle sobre tal prática criminosa. Como objetos de estudo foram selecionadas as reportagens do jornal *Folha de S. Paulo* em que o tema tráfico de pessoas foi abordado, durante o período de exibição da narrativa ficcional, de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013.

Palavras-Chave: Telenovela; *Merchadising Social*; Intermidialidade; *Salve Jorge*; Tráfico de Pessoas.

Abstract

Given the striking importance of the soap opera in Brazilian society, the research aims to analyze the relationship of intermediality of the theme trafficking in persons, shown in the novel *Salve Jorge* for the print media and for the political field. In this sense, it is intended to be listed as an action called social merchandising, inserted in the telenovela plot, reflected in the configuration of political projects and legal measures, aiming to broaden control over such criminal practice. As objects of study were selected the reports of the *Folha de S. Paulo* newspaper in which the theme trafficking in persons was approached, during the period of the fictional narrative, from October 22, 2012 to May 17, 2013.

Keywords: Telenovela; *Social Merchandising*; Intermidialidade; *Save Jorge*; Trafficking in Persons.

Resumen

Dada la extraordinaria importancia de la telenovela en la sociedad brasileña, la investigación tiene como objetivo examinar la relación de intermedialidad de la trata de personas, que se muestra en la novela *Salve Jorge* para los medios impresos y el ámbito político. De este modo, se pretende enumerar como una acción llamada *merchandising social*, la cual, formando parte de la trama de la telenovela, repercutió en la configuración de proyectos políticos y medidas legales destinadas a aumentar el control sobre dicha actividad delictiva. Se seleccionaron como objetos de estudio los reportajes periodísticos *Folha de S. Paulo* donde se abordaba el tema de la trata de personas durante el período de retransmisión de la telenovela, desde el 22 de octubre de 2012, hasta el 17 de mayo de 2013.

Palabras clave: Telenovela; Comercialización Social; Intermidialidad; *Salve Jorge*; Tráfico de Personas.

Introdução

Este artigo tem por objetivo analisar os desdobramentos da novela *Salve Jorge*, escrita pela autora Glória Perez e exibida pela Rede Globo de Televisão, no período de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013, na mídia impressa e sua repercussão no campo político, no que tange a aprovação de medidas preventivas para conter a prática criminosa de tráfico de pessoas. A narrativa ficcional *Salve Jorge* abordou um problema que para muitos e por muito tempo foi considerado mito, mas, no entanto, trata-se de uma realidade muito próxima da sociedade brasileira.

O tráfico de pessoas é um problema recorrente, estima-se que mais de dois milhões de seres humanos sejam traficados anualmente (Campos et al., 2016), sendo o tráfico realizado indubitavelmente como forma de atividade proveitosa por organizações criminosas e que somente perderia espaço para o tráfico das drogas e para o contrabando de armas.

É sabido que a telenovela tem grande importância na abordagem de temas relevantes como homossexualidade, crimes de corrupção política, alcoolismo, entre outros. Na novela *Salve Jorge*, a autora Glória Perez apostou no tema tráfico de pessoas, e com ampla divulgação da mídia televisiva promoveu em larga escala o conhecimento e proximidade com o assunto, inclusive abrindo margem para adoção de medidas e enfrentamento em muitas esferas, sejam elas políticas, sociais e jurídicas.

Para termos noção da vultuosidade que o tema abarcou, durante o II Simpósio Internacional para o Enfretamento ao Tráfico de Pessoas, o presidente da Comissão de Acesso à Justiça e à Cidadania do CNJ (Conselho Nacional de Justiça), conselheiro Ney Freitas chamou a atenção para o fato de a sociedade brasileira ignorar a existência do tráfico internacional de pessoas:

Parece que não existe o tráfico de pessoas no Brasil. Desgraçadamente talvez seja a novela [*Salve Jorge*, que estreou na TV Globo nesta semana] quem irá disseminar e provocar uma discussão sobre esse assunto, tudo isso deveria ser provocado por todos nós que compomos a sociedade brasileira (Última instância, 2012).

Tal declaração foi prolatada pelo conselheiro, após o comentário sobre o caso de Goiás, que inspirou a autora da novela, Glória Perez a criar a personagem Morena (Ana Lúcia Furtado), interpretada por Nanda Costa e sua prima Jéssica (Kelly Fernanda Martins), interpretada pela atriz Carolina Dieckmann. Ana Lúcia Furtado era empregada doméstica e sustentava três filhos quando, aos 24 anos, recebeu uma proposta para o que sonhava ser um futuro melhor: trabalhar como garçonete em Israel. Mas acabou virando prostituta numa boate e serviu de inspiração para a autora Glória Perez moldar a

personagem Morena, a protagonista interpretada por Nanda Costa na novela “Salve Jorge”.

Após a inserção da temática na telenovela, verifica-se a alteração do cenário já em 2013, com o início da operação disque denúncia (100), a Publicação do II Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas (Ministério da Justiça), o Lançamento Campanha Coração Azul contra o tráfico de pessoas (Ministério da Justiça e UNODC), a Publicação do Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas: consolidação dos dados de 2005 a 2011 (Ministério da Justiça e Secretaria Nacional de Justiça em cooperação técnica com o UNODC), e em 2014, o Lançamento da Campanha da Fraternidade (CNBB) e o 1º Dia Mundial contra o Tráfico de Pessoas. (Relatório anual de tráfico de pessoas, 2013).

Sabe-se que a teledramaturgia, na maioria das vezes, se apropria de temas sociais e de interesse público e no caso de tráfico de pessoas, o tema é de ordem pública, e nesse sentido, podemos perceber a disseminação do assunto a partir da visibilidade que a telenovela gerou. Segundo Marques e Maia, a novela ao tratar de temas do cotidiano assume “um caráter de ‘crônica do cotidiano’, permite-nos transitar entre os domínios do público e do privado, entre as experiências subjetivas e as coletivas” (2008, p.172).

Segundo dados da OBITEL, algumas temáticas ficcionais foram dominantes em 2012 e fizeram referência a contextos de “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). Nesse sentido que se pretende verificar o desdobramento do tema tráfico de pessoas para campo midiático, com o intuito de responder qual o efeito do *merchandising social* na esfera política.

O *merchandising social* tem por objetivos: difundir conhecimentos; promover valores e princípios éticos e universais. Ex: defesa dos direitos humanos, voto consciente etc.; estimular a mudança de atitudes e a adoção de novos comportamentos (inovações sociais) frente a assuntos de interesse público, por exemplo, aleitamento materno, uso do preservativo, quebra de preconceitos etc.; promover a crítica social e pautar questões de relevância social, incentivando o debate pela sociedade, por exemplo, desarmamento, educação inclusiva etc (Lopes, 2009, p. 38).

O *merchandising social* pode, em uma de suas várias vertentes, ser definido como um recurso que veicula tramas da teledramaturgia com mensagens socioeducativas, provocando reflexões, mudanças de posturas, chegando inclusive a influenciar pensamentos e comportamentos. Em dado momento, a depender da época, podem resultar consideravelmente em ações, dependendo do propósito que ele pretende atingir. Torna-se necessário lembrar que a mera ocorrência de fatores na teledramaturgia, não significa que esteja ocorrendo o *merchandising social*, para que ocorra o *merchandising social* se

faz necessário o desdobramento do objeto em ações de cunho punitivo, preventivo, protetor, reparadoras, educacional, jurídico, dentre outros.

Para o desenvolvimento do artigo será utilizado o referencial teórico-metodológico do *intermedia agenda setting*, proposto por McCombs e Reynolds (2009). Serão selecionadas todas as notícias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, no período da exibição da novela, de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013, que trataram a temática do tráfico de pessoas no Brasil e no mundo.

Entre a ficção e a realidade: a teledramaturgia e a construção da narrativa social

O campo midiático e político encontram-se, na sociedade contemporânea, totalmente imbricada, o que resulta na impossibilidade de tratá-los de maneira isolada. Isso porque os meios de comunicação de massa, mais precisamente a televisão, são hoje, por excelência, veículos que representam a realidade. Segundo Muniz Sodré, a televisão possui, em detrimento de outras mídias, a capacidade de criar facilmente simulacros¹ da realidade:

De fácil absorção pelo seu alto nível de informação imagético, e caracterizada desde o seu início como um veículo para as massas, a televisão vai criar simulacros de realidade, em que a diferença entre o “real” e o “imaginário”, é completamente apagada. Assim, certo imaginário, tecnologicamente produzido, impõe seu próprio real (o da sociedade industrial), que implica um projeto de escamoteação de outras formas de experiência do real. (Sodré, 1994, p. 29)

Nesse sentido, é marcante a intervenção da televisão nas várias instâncias da vida em sociedade, quer propiciando lazer e transmitindo informações, quer divulgando opiniões sobre economia e política. Dominique Wolton afirma que “ela (a televisão) é a única atividade a fazer ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, entre cultos e os menos cultos” (Wolton, 1996, p.16).

Na visão de Dominique Wolton (1996), “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração nacional, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional”. Já no âmbito da dramaturgia, Wolton (1996) ressalta a telenovela como um produto cultural inovador, uma vez que consegue, na visão do autor, integrar assuntos de opinião pública ao imaginário dos telespectadores e colher frutos com essa fusão.

Mas não é só a realidade que inspira as novelas; são também as novelas que influenciam a realidade por uma espécie de ida e volta entre a ficção e a realidade, talvez única no mundo. A ficção retoma às vezes a realidade e influencia um fenômeno bem mais complexo e interessante do que os *reality shows*. (Wolton, 1996, p. 163).

As telenovelas fazem refletir e provocam discussões sobre temas de cunho polêmico e de grande repercussão para a sociedade. Segundo Lopes, o poder da telenovela está no aprimoramento e no estreitamento entre ficção e realidade, associados à evolução pedagógica de programas que privilegiam conteúdos com registros didáticos, fazendo com que a programação adquira maior verossimilhança, credibilidade e legitimidade e promova uma “leitura documentarizante, capaz de tratar todo filme como documento” (2009, p. 37).

O segredo da telenovela brasileira, sobretudo de Rede Globo, é o exercício efetivo da verossimilhança ou até além dela, operando o sincretismo entre o real e o imaginário, tornando-o homogêneo. A ficção atua como espelho do real, ajustando os conteúdos ideológicos a sentimentos, costumes, tendências que já existem socialmente. A obra ficcional alimenta-se do mundo real e assim influencia ideias. No caso da telenovela, esses instrumentos são utilizados na construção de um sentido da realidade, pelo qual se misturam processos ideológicos através dos quais os fatos sociais são legitimados. Do mesmo modo, o conteúdo da telenovela também vai parar na ‘vida real’ (Jaks & John, 2010).

Dessa forma, a ficção proporcionada pela telenovela, pode em guardadas proporções influenciar práticas, pois conforme indica Coutinho:

A telenovela por si só já se constitui como fator predominante para o agendamento ou pauta dos assuntos do dia a dia. Aliadas, assim, aos recursos o merchandising social, as narrativas teleficcionais ganham mais força como agente mediador entre os assuntos de cunho social e as pessoas das mais variadas classes socioeconômicas (Coutinho, 2000, p. 20).

Nesse contexto, podemos dizer que uma das maiores características da telenovela brasileira, com certeza está depositada na relevância dos temas que são abordados e tratados como *merchandising social*. Dessa forma, o *merchandising social* na telenovela é uma espécie de gênero televisivo fomentador que desperta, sugere, instiga e orienta a opinião pública.

Entre as temáticas mais abordadas, estão incluídas as discussões acerca da bioética, homoafetividade, dependência química, seja ela o álcool e/ou as drogas, corrupção em sua mais larga vertente, intrigas familiares, relações extraconjugais, para Lopes:

A televisão oferece a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região. Ao fazê-lo, ela torna disponíveis repertórios anteriormente da alçada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal. [...] Nesse sentido, a televisão, e a telenovela em particular, é emblemática do surgimento de um novo espaço público, no qual o controle da formação e dos repertórios disponíveis mudou de mãos,

deixou de ser monopólio dos intelectuais, políticos e governantes, dos titulares dos postos de comando da sociedade (Lopes, 2009, p. 23).

Estas abordagens sintetizam, de forma muito palpável, o significado de *merchandising social*, que seria em sua essência, a inserção proposital, estrutural e sistematizada, com propósitos benéficos, educativos e clarificadores, muito bem delimitados de questões de cunho social.

O que muito se discute é a respeito da inserção proposital, pois a intenção autoral delimita e veicula os assuntos que ora estão sendo colocado em pauta. O que para muitos pode ser somente um nicho socioeducativo, para outros pode se tornar uma atividade comercial com roupagem socioeducativa e fins lucrativos.

O *merchandising social* hoje se encontra disseminado na teledramaturgia brasileira e se constitui de forma deliberada como o passaporte para mudanças, ele gera um efeito imediato, pois insere assuntos, adapta programas à vida cotidiana do telespectador, além de inspirar a reprodução de expressões, gestos, jargões e fomentar o consumo de bens. É nesse sentido que se pretende analisar o agendamento do *merchandising social* da telenovela *Salve Jorge* na esfera política e midiática.

A teoria da *agenda-setting* e o enredo da novela *Salve Jorge*

A concepção de que mídia exerce influência sobre o público, determinando com frequência os temas que ele discutirá e/ou falará, representou o ponto de partida do conceito que revolucionou o campo da comunicação social, a hipótese da *agenda-setting*. O pressuposto base da teoria demarcou, deste sua fase inicial, uma ruptura com os conceitos tradicionais da comunicação de massa, mais precisamente com o da agulha hipodérmica, que centravam suas pesquisas no modelo behaviorista de efeito-resposta, onde os meios possuíam um poder efetivo e direto na forma de pensar dos sujeitos, encarados então como massa amorfa e uniforme.

Para os precursores da *agenda-setting*, o ponto de ruptura com as teorias dos efeitos, estava na concepção da eficácia dos meios, que se deslocavam da imposição na maneira do agir, para o campo da organização do modo de pensar, a partir da definição de uma temática midiática que passava a orientar as discussões públicas. Para Maxwell McCombs (2004), o agendamento é um efeito forte e amplo dos meios de comunicação de massa, que se originam de conteúdos concretos dos próprios meios. O pressuposto se efetiva, quando a mídia a partir da seleção, da disposição e da incidência das notícias, impõem um conjunto seletivo de temas, que passam a ganhar notoriedade pública.

Em nova pesquisa, publicada em 2004, McCombs amplia o conceito de *agenda-setting*, agregando um novo fator aos estudos. A relação com mídia, tratada inicialmente

como variável independente, diante da sua capacidade de pautar o público, é alterada, uma vez que essa mesma mídia também é pautada por organizações, grupos de interesse, atores políticos etc. Nesse sentido, o autor aponta a existência de três tipos de agenda. O primeiro, conhecido como agenda da mídia, relaciona-se ao modo como os jornalistas, editores, redatores e demais profissionais da imprensa organizam e selecionam diariamente as informações, atribuindo ênfase a determinados aspectos de uma cobertura e ignorando ou excluindo outros. A agenda pública, segundo tipo, diz respeito à maneira como os receptores adquirem conhecimento de um fato concreto, seja por meio da experiência pessoal, da cultura geral, seja pela exposição a um meio de comunicação. O terceiro tipo, nomeado de agenda política, aborda a relação que a política estabelece com a mídia no intuito de impor sua agenda pública e vice-versa.

É sobre o terceiro nível da agenda que o artigo está centrado, já que busca responder como a discussão sobre o tráfico internacional de pessoas, cuja origem se deu no enredo da telenovela *Salve Jorge*, tornou-se pauta jornalística, ocasionando discussão no Congresso, com vistas à aprovação de medidas públicas.

A Telenovela *Salve Jorge* foi veiculada de 22 de outubro de 2012 até 17 de maio de 2013, no horário das 20 horas e 30 minutos e contou com 179 números de capítulos. A trama principal envolveu o Tráfico Internacional de Pessoas, e trouxe consigo uma personagem-heroína, que recebeu o nome de Morena, representada pela atriz Nanda Costa, que residia no Complexo do Alemão, na cidade do Rio de Janeiro.

A protagonista Morena, em certo momento da trama, se vê desesperada com a possibilidade de perder sua residência no complexo do Alemão, local onde reside com sua mãe, Lucimar (Dira Paes), o filho, e a tia, Nilceia (Paula Pereira). Como saída para o problema, a personagem principal aceita a proposta para trabalhar na Turquia, e assim poder melhorar de vida. Porém, ao chegar à Turquia, percebe que foi enganada por Wanda (Totia Meireles), se tornando vítima do tráfico de pessoas.

Morena chega à Turquia em companhia de sua algoz, Wanda, e se depara com um grupo de moças, todas brasileira e vítimas do mesmo aliciamento, que em resumo era a prostituição em uma boate administrada por Irina (Vera Fischer), que tinha como segurança Russo (Adriano Garib). A quadrilha pertencia à Lívia Marine (Claudia Raia), uma mulher sofisticada, que se apresenta como agenciadora de talentos artísticos. Muito conhecida por seus contatos no mundo da moda, tem sua vida particular mantida em segredo, sendo atribuída a falta de informações à sua imagem de mulher refinada, discreta e reservada.

No entanto, Lívia Marine é a cabeça de uma quadrilha que providencia todo procedimento necessário para que o tráfico de pessoas seja viabilizado e passado de forma despercebida. A sedução se dá com promessas de ofertas de emprego com salários ótimos, pagos no exterior, aliciando jovens que acreditam na possibilidade de um futuro melhor.

Todas as jovens aliciadas e traficadas, precisam se prostituir para pagar “as dívidas” contraídas com a alimentação, roupas e estadia. Com seus passaportes verdadeiros confiscados, sem documentação que comprove o contrário, sem o domínio da língua e sem qualquer poder aquisitivo, não existem chances de fuga, e caso qualquer uma delas tente se socorrer de alguma forma, sumariamente eliminada, sem deixar qualquer vestígio. Na trama, as jovens aliciadas são obrigadas a fazer o papel de “mulas”, que são pessoas que traficam drogas no próprio corpo, engolindo pacotes de substâncias ilegais.

O agendamento da telenovela *Salve Jorge*: ações midiáticas e discussões políticas

Durante o período de exibição da novela, de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013, o tema Tráfico de Pessoas entrou na agenda de sete reportagens do jornal *Folha de S. Paulo*, veiculadas com maior intensidade quando a narrativa ficcional dava maior ênfase ao tema, nos meses de fevereiro e março de 2013, conforme aponta tabela abaixo.

Tabela 1. Relação das reportagens do jornal *Folha de S. Paulo* sobre Tráfico de Pessoas

Data	Reportagens
09/12/2012	Rede de intrigas: a novela do tráfico de mulheres no Brasil
26/02/2013	Para ministra, tráfico de mulheres é mais grave do que aparece na novela
27/02/2013	Combate ao tráfico de pessoas é falho, aponta relatório da PF
28/02/2013	Luiza Nagib Eluf: Tráfico de pessoas
13/03/2013	Dono de boate é preso em SP suspeito de tráfico de mulheres
24/03/2013	Rodrigo Janot Monteiro de Barros: Um crime perverso
12/04/2013	Após 'Salve Jorge', denúncias contra tráfico de pessoas aumentaram em São Paulo

Autoria: Elaboração própria

Ao analisar o conteúdo das reportagens veiculadas sobre o tema tráfico de pessoas, verifica-se um diálogo com o poder público, que assume a autoria de quatro reportagens. A matéria de 24 de março de 2013, sob o título “Rodrigo Janot Monteiro de Barros: um crime perverso” traz um esclarecimento de Rodrigo Janot, na ocasião subprocurador-geral da República, sobre a forma como as pessoas são atraídas pelo discurso do dinheiro fácil e promessas de uma vida melhor e, quando levadas para outros países, são submetidas à prostituição, ao trabalho escravo ou transformadas em fornecedoras de órgão para transplante.

O subprocurador-geral aponta que apesar da sociedade despertar agora para o problema por conta da telenovela, o Ministério Público Federal (MPF) busca combater esse crime há muito tempo. Ao recorrer ao enredo ficcional nota-se que ocorreu um agendamento da telenovela para o campo jornalístico. Como forma de apontar as medidas do Brasil para minimizar o crime de tráfico de pessoas, Janot esclarece que ações como prevenção, repressão e punição são adotadas por meio de instituições como MPF, a Secretaria Nacional da Justiça e a Polícia Federal. Não obstante, ao apontar que existe uma batalha no Congresso Nacional, onde a Comissão Parlamentar de Inquérito de Tráfico de Pessoas pretende propor mudanças na legislação, para que o crime seja tipificado no Código Penal, a matéria aponta o real impacto que o *merchandising social* trouxe para a sociedade brasileira, já que o tema ganhou uma importância que ultrapassou a promoção de valores e princípios éticos e universais, ao repercutir e mobilizar o campo político para ações efetivas.

De maneira semelhante, a matéria “Para ministra, tráfico de mulheres é mais grave do que aparece na novela”, veiculada em 26 de fevereiro de 2013, aponta o agendamento intermediário da narrativa ficcional para a mídia impressa, no caso da novela *Salve Jorge* para o jornal *Folha de S. Paulo*. A reportagem reproduz a entrevista da então Ministra da Secretaria de Política para as Mulheres, Eleonora Menicucci, que faz referência a novela *Salve Jorge*, ao apontar que o tráfico de mulheres veiculado na trama é muito pouco, diante da situação do país que é mais grave e preocupante. Ao apontar que a ministra Eleonora havia participado com os ex-Ministros da Justiça, José Eduardo Cardoso e a ex-Ministra de Direitos Humanos, Maria do Rosário, no lançamento do 2º Plano de Enfrentamento do Tráfico de Pessoas, que prevê a criação de 10 novos postos de atendimentos a vítimas, localizados na fronteira do Brasil com outros países, percebe-se que mais uma vez o tema ultrapassou a dimensão da mobilização e conscientização social e ganhou espaço na agenda da política nacional.

A reportagem da Procuradora da Justiça aposentada e advogada Criminal, Luiza Nagib Eluf, sob o título “Tráfico de Pessoas”, veiculada em 28 de fevereiro de 2013, traz uma ampla reflexão e aponta a importância da telenovela no agendamento do tema. A matéria informa que o enredo ficcional permitiu um aumento nos números de investigações sobre o tema e que a Polícia Federal já havia instaurado 867 inquéritos policiais sobre o assunto. Sobre a importância do *merchandising social*, a Procuradora atenta que “as massas só se ligam naquilo que aparece na televisão”. Por fim, Luiza esclarece que o Código Penal Brasileiro, nos artigos 231 e 232 prevêem apenas a punição do tráfico internacional e interno de pessoas para fins de exploração sexual, sendo altamente restritivo e que existe atualmente no Senado Federal uma reforma penal que contempla essa modalidade delitiva de maneira mais abrangente. Aqui, se percebe novamente o agendamento da mídia televisiva para a impressa, como também o

desdobramento da narrativa ficcional para o campo político, mobilizando nesse caso o Senado Federal.

Em 27 de fevereiro de 2013, a matéria “Combate ao tráfico de pessoas é falho, aponta o relatório da PF”, traz um retrato do relatório produzido pela Polícia Federal, Ministério da Justiça e Organização das Nações Unidas (ONU), que demonstra que o número de presos por participação no tráfico internacional de pessoas é bem menor do que o número de suspeitos e indiciados pela Polícia Federal. A interferência da telenovela no campo político é relatada pela reportagem, ao esclarecer que o governo lançou a segunda fase do programa de combate ao tráfico de pessoas, que prevê a criação de mais dez novos postos para atendimento a vítimas nas fronteiras do país, além da capacitação de 400 agentes de segurança pública e o aumento dos acordos internacionais, como a prisão de uma quadrilha que explorava brasileiras na Espanha.

Em 12 de abril de 2013, a matéria “Após ‘Salve Jorge’, denúncias contra tráfico de pessoas aumentaram em São Paulo”, indica os reais impactos do *merchandising social* da telenovela na realidade brasileira, ao relatar um aumento de 44% em relação ao primeiro trimestre no ano anterior, no atendimento do número de vítimas de tráfico de pessoas para exploração sexual ou trabalho escravo, atendidas no Estado de São Paulo. Ainda, a reportagem esclareceu que o crescimento, segundo a secretaria estadual de Justiça e a Defesa da Cidadania, supostamente estaria relacionado à ampla abordagem do tema na novela *Salve Jorge*. Nesse sentido, nota-se a dupla atuação do *merchandising social*, ao promover o agendamento intermediário da narrativa ficcional para a mídia impressa, como também estabelecer uma relação de valorização do campo jurídico e social.

A reportagem do dia 13 de março, com o título “Dono de boate é preso em SP suspeito de tráfico de mulheres”, não menciona a telenovela *Salve Jorge* e, apesar de não traçar uma relação direta de intermedialidade, aponta mobilizações do campo jurídico, nesse caso do Departamento de Homicídios e Proteção à Pessoa (DHPP). A matéria atesta que o dono da boate, localizada na zona leste de São Paulo, estava envolvido em um esquema de tráfico de mulheres que segundo a polícia, explorava sexualmente jovens vindas do Maranhão. A ação da DHPP ganhou destaque na reportagem do jornal impresso.

Por fim, a reportagem “Rede de intrigas: a novela do tráfico de mulheres no Brasil”, publicada na edição de 09 de dezembro de 2012, traz depoimentos de inúmeras mulheres, que foram cooptadas por organizações criminosas vinculadas ao tráfico de pessoas e acabaram submetidas ao trabalho forçado e prostituição, em países como Espanha, Israel entre outros. A matéria descreve a morte de duas brasileiras por questões decorrentes das precárias condições as quais estavam submetidas, e aponta as ações do campo político, como o fato do então-Ministro da Justiça, Renan Calheiros ter se

deslocado até a região para acompanhar o desfecho da operação. Também constatou que no Congresso, foi instaurada uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), para tratar a questão. Nesse sentido, nota-se mais uma vez o agendamento da narrativa ficcional para o campo político.

Considerações Finais

Do visto exposto, pode-se constatar o quanto as novelas têm seu agendamento inseridos no cotidiano, pois à partir do momento que se insere uma pauta (assunto) na “telinha”, essas são imediatamente disseminadas e por conta dessa disseminação ocorrem as ações, que em guardadas proporções seriam como causa e efeito, senão vejamos, a exibição da novela, de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013 e logo notícias sobre tráfico de pessoas começaram a surgir, na forma de reportagens, entrevistas, ações, campanhas e denúncias.

O agendamento intermediático da narrativa ficcional para a mídia impressa, no caso da novela *Salve Jorge* para o *jornal Folha de S. Paulo*, ocorreu de maneira recorrente, pois teve o seu tema estendido e alimentado, indicando que tal contexto também foi pautado na mídia jornalística.

Cabe ressaltar, neste momento, que a importância cultural desta telenovela, ao longo do período de exibição, e mesmo após a sua exibição, fizeram com que ela se tornasse um espaço propulsor, onde a sociedade discutiu, introduziu hábitos e valores em sua rotina e que de forma paulatina colaboram para mudanças de cunho social e político.

Na visão de Marques (2002), quando é atribuído um rosto, uma história e uma inserção na vida das pessoas, e no caso em voga o Tráfico de Pessoas, a telenovela afirma seu papel de narrativa, sendo capaz de produzir sentimentos e ações na vida privada, que ao ganhar visibilidade, começa a fazer parte de um coletivo que se posiciona em relação à experiência do outro. E sendo assim, é nesse sentido que as novelas provocam o agendamento, os debates públicos e potencializam a indústria da informação.

Referências

- Campos, E. M. et al. (2015). Tráfico de Mulheres: um estudo acerca da violência de gênero. Arquivo da *Revista Evinci*, 1(4), 1-16. Recuperado de <http://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisevinci/article/view/954/930>
- Coutinho, I. M. (Julho, 2000). A aplicação da Agenda Setting em conteúdos ficcionais: notas sobre o papel das telenovelas na constituição da pauta do telejornalismo.

En *Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Manaus, Intercom.

Jaks, N. & John, V. M. (2015, 25 de janeiro). Telenovela e Agendamento da Mídia: como os conteúdos das telenovelas da Rede Globo pautam o jornalismo de revista. Recuperado em: <http://docplayer.com.br/2063926-Telenovela-e-agendamento-da-midia-como-os-conteudos-das-telenovelas-da-rede-globo-pautam-o-jornalismo-de-revista-1.html>

Lopes, M. I. V., & Gomes, G. O. (2013). *Memória Social e Ficção Televisiva em Países Ibero-Americanos*. Porto Alegre: Sulina.

Lopes, M. I. V., & Gomes, G. O. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. Arquivo de *Revista Matrizes*, 3(1), 21-47. Recuperado de http://www.producao.usp.br/bitstream/handle/BDPI/32406/art_LOPES_Telenovela_2009.pdf?sequence=2

Marques, A. C. (setembro, 2002). Da Esfera Cultural à Esfera Política: a representação da homossexualidade nas telenovelas e a busca por reconhecimento. Em *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Salvador: Intercom.

Marques, A. C., & Maia, R. (2008). Apelo emocional e mobilização para a deliberação: o vínculo homoerótico em telenovelas. En: MAIA, R. (Org.), *Mídia e Deliberação* (pp. 93-123). Rio de Janeiro: Editora FGV.

McCombs, M. & Reynolds, A. (2009). How the news shapes our civic agenda. En: Bryant, J.; Oliver, M. B. (Orgs.), *Media effects: advances in theory and research*. New York: Routledge.

Publicação do Relatório Nacional sobre Tráfico de Pessoas: consolidação dos dados de 2005 a 2011. *Informe 2013*. Brasil, Ministério da Justiça e Secretaria Nacional de Justiça em cooperação técnica com o UNODC.

Sodré, M. (1994). *A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil*. São Paulo: Cortez Editora.

Wolton, D. (1996). *O elogio do grande público: uma teoria da televisão*. São Paulo: Ática.

Notas

¹A palavra “simulacro”, como é usada aqui, aparece com recorrência nas obras de Jean Baudrillard. Mas é Muniz Sodré quem nos oferece uma definição concisa de simulacro, apreendendo, também, a própria relação da televisão: Como a imagem de Narciso no espelho, o simulacro é inicialmente um duplo ou uma

duplicação do real. A imagem no espelho pode ser o reflexo de um certo grau de identidade do real, pode encobrir ou deformar essa realidade, mas também pode abolir qualquer idéia de identidade, na medida que não se refira mais a nenhuma realidade externa, mas a si mesmo, ao seu próprio simulador. (2000, p. 33)