

AS RELAÇÕES DE GÊNERO NO BIG BROTHER BRASIL: UM ESTUDO A PARTIR DAS INTERAÇÕES NO WHATSAPP¹

Heren Alin²; Wesley Pereira Grijó³

RESUMO

O presente trabalho verifica como as relações de gênero aparecem nas interações dos fãs do reality show Big Brother Brasil através do aplicativo *WhatsApp* diante trajetória da participante Amanda Djehdian. O marco teórico é baseado em estudos relativos aos reality shows, relações de gênero, redes sociais, cultura participativa e inteligência coletiva. Os procedimentos metodológicos são alicerçados na abordagem qualitativa, com pesquisas bibliográfica e documental, além das técnicas da assistência sistemática do conteúdo televisivo, observação e da etnografia virtual. As questões de gênero que transpareceram nas interações dos fãs do *reality*, inseridos no *WhatsApp* são principalmente do papel da mulher na sociedade, da inferioridade que ela possui perante ao homem, de sua fragilidade; enquanto o homem relacionado na história é ileso de julgamentos pesados, sendo dado milhares de vezes como indefeso na história que construí dentro da casa.

PALAVRAS-CHAVE: Relações de gênero; Reality show; Convergência midiática; Redes sociais; Cultura participativa.

INTRODUÇÃO

Atualmente, as redes sociais materializam uma importante forma interação comunicativa, permitindo, por exemplo, que as pessoas estendam a relação com os produtos televisivos além dos limites de sua exibição na grade de programação. No caso dos reality shows, as redes sociais online (RECUERO, 2011) efetivam-se como ambientes em que os espectadores dos programas podem realizar comentários, buscar informações e interajam com outras pessoas, inclusive, compondo grupos fechados nos quais evidenciam discussões dos mais diversos tipos.

Dentre essas discussões contemporâneas, destaca-se a problemática relativa às relações de gênero, potencializadas pelo julgamento do comportamento dos participantes dos programas televisivos pelos internautas/espectadores nas redes sociais. Diante dessa questão, este estudo tem como objetivo analisar as formas como se materializam as relações de gênero

¹ Artigo apresentado ao Eixo Temático 5 Gênero/Comunidades LGBT's/Feminismo do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

² Graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Pampa (Unipampa). E-mail: herendornelles@hotmail.com.

³ Professor da Universidade Federal de Santa Maria. Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS). Coordenador do Núcleo de Audiovisual, Imagens técnicas e Práticas socioculturais (UFSM/CNPq). E-mail: wgrijo@yahoo.com.br.

presentes nas discussões dos fãs do reality show Big Brother Brasil em um grupo fechado do aplicativo WhatsApp.

O marco teórico é baseado em estudos relativos aos reality shows (CAMPANELLA, 2007), relações de gênero (BEAUVOIR, 1980; GEBARA, 2002), redes sociais (RECUERO, 2011), cultura participativa (JENKINS, 2009; SHIRKY, 2011) e inteligência coletiva (LÉVY, 1999), para que fossem compreendidos os contextos social, cultural e tecnológico sob os quais as pessoas do grupo observado estão inseridas. Ou seja, a compreensão de tais conceitos serve para entender também de como repassavam opiniões emitidas pelos sujeitos referentes à temática relações de gênero através da narrativa que se desenrolou dentro do reality show. Assim, a partir da edição do programa no ano de 2015, o presente estudo foi construído observando duas esferas: a trajetória da participante Amanda Djehdian no programa e as interações dos usuários do aplicativo que mantinham uma relação de afeto com ela.

Os procedimentos metodológicos são alicerçados na abordagem qualitativa (ANGROSINO, 2009; FLICK, 2009), com pesquisas bibliográfica e documental (GIL, 2008), além da assistência sistemática do conteúdo televisivo e da observação participante de inspiração etnográfica (HINE, 2000; ANGROSINO, 2009) do grupo fechado no aplicativo WhatsApp, utilizado como ambiente de coleta de informações e das interações entre os usuários/espectadores durante os 78 dias de exibição do programa na televisão. A análise dos dados foi realizada de acordo com procedimentos da Análise de Conteúdo (MINAYO, 2007; OLIVEIRA, 2008; BARDIN, 2009) que consiste em tomar contato exaustivo com o material para conhecer seu conteúdo. Em síntese, a análise consistiu em três grandes etapas: a) pré-análise; b) a exploração do material; c) o tratamento dos resultados e interpretação.

Os dados foram coletados a partir de um grupo de fãs no *WhatsApp* criado com o intuito de obter o máximo de informação durante o período de realização do Big Brother Brasil 2015, em especial aos assuntos relacionados a participante Amanda Djedjian, “uma mulher polêmica”, segundo a opinião do público. O grupo variava de 85 a 100 participantes, e foi criado após um mês e meio de início do reality, mais especificamente 24 de fevereiro de 2015. No grupo, os participantes eram selecionados através da rede social *Facebook*, onde havia um grupo com mais de 3.000 pessoas. No *WhatsApp*, os participantes colocavam notícias sobre a Amanda Djhedian, 24 horas por dia, também compartilhavam fotos, *prints* de outras redes sociais, vídeos e áudios relacionados a mesma.

O grupo ainda servia para debates de opiniões (sobre as atitudes) do então ídolo, e quando alguém se expressava de forma contrária em relação à Amanda era retirado imediatamente. O grupo também era o local em que os fãs compartilhavam suas torcidas

favoráveis e não favoráveis pelo casal Amando (Amanda e Fernando) e pelos outros participantes, onde também decidiam qual atitude tomariam referente a *posts* sobre a participante que era criado por *haters*.

BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE AS RELAÇÕES DE GÊNERO

As mudanças em relações de gênero foram tomando maiores problematizações ao longo das últimas décadas. Até meados do Século XX, o modelo era visto de forma reducionista pela dimensão da determinação biológica, dos traços de personalidade, dos comportamentos e de atitudes definidas pelas inclinações “naturais”: homens *viris versus* mulheres frágeis.

Na década de 1960 surge o modelo bidimensional, criando uma maior liberdade social, cultural e econômica para ambos os gêneros. Porém, foi somente nos anos 1970 e 1980 que autores e autoras começaram a discutir outras questões existentes entre os gêneros, tais como físicas, biológicas e reprodutivas. São analisadas a partir daí inclinações e aptidões neurobiológicas entre o sexo masculino e feminino.

A categoria gênero começou a ser usada primeiro para mostrar a discriminação da mulher em todos os níveis [...]. Depois, passou-se a elaborar uma epistemologia questionando as bases da filosofia platônica e cartesiana [...]. O mais revolucionário achado metodológico nesta área é, contudo, a inclusão da subjetividade e da concretude como categorias epistêmicas maiores, ao lado da objetividade e racionalidade [...] Portanto, a nova categoria gênero, criada pelas mulheres a fim de dar conta do seu papel na história na condição humana do fim do século XX, vem acrescentar e complementar a categoria classe social, para dar conta da existência da opressão de diversas naturezas postas na história. (MURARO, 2001, p. 7-9).

Nesse sentido, uma das precursoras do pensamento moderno sobre gênero, Simone de Beauvoir (1980), afirma que não existe um destino biológico, psíquico ou econômico que definam as formas assumidas pela mulher ou pelo homem: o que existe é o conjunto da civilização dentro de determinada cultura que acaba ditando papéis que essas mulheres e estes homens distintamente devem seguir na sociedade. Essa visão acaba reforçando, assim, que o gênero é uma construção sociodiscursiva. É por estes moldes sociais que impregnam na sociedade a dicotomia entre homens (virilidade) e mulheres (fragilidade). Entretanto, a autora encara o sexo como mutável, o que existe são significados culturais inscritos sob um corpo sexuado, até o momento em que se define, mas não por biologia, anatomia ou sexo.

O papel do homem e da mulher é constituído culturalmente e muda conforme a sociedade e o tempo. Esse papel começa a ser construído desde que o/a bebê está na barriga da mãe, quando a família de acordo à expectativa começa a preparar o enxoval de acordo ao sexo. Dessa forma, cor de rosa para as meninas e azul para os

meninos. Depois que nasce um bebê, a primeira coisa que se identifica é o sexo: “menina ou menino” e a partir desse momento começará a receber mensagens sobre o que a sociedade espera desta menina ou menino. Ou seja, por ter genitais femininos ou masculinos, eles são ensinados pelo pai, mãe, família, escola, mídia, sociedade em geral, diferentes modos de pensar, de sentir, de atuar. (CABRAL; DIAZ, 1998, p.01)

Faz-se importante que expliquemos dois conceitos básicos que, com frequência são usados erroneamente como sinônimos: sexo e gênero. O **sexo**, segundo Cabral e Diaz (1998), refere-se às características biológicas de homens e mulheres, ou seja, às características específicas dos aparelhos reprodutores femininos e masculinos, ao seu funcionamento e aos caracteres sexuais secundários decorrentes dos hormônios. Já o **gênero**, engloba às relações sociais desiguais de poder entre homens e mulheres que são o resultado de uma construção social do papel do homem e da mulher a partir das diferenças sexuais.

O que podemos dizer então é que em relação ao conceito de gênero, refere-se à construção social de mulheres e homens, da feminilidade e masculinidade, que varia no tempo e no espaço e entre culturas. Esta ideia de gênero surgiu nos anos setenta e foi proposto pelas feministas teóricas que queriam desafiar a posição secundária da mulher na sociedade. O conceito de gênero vem para afastar a noção de sexo feminino/masculino, mostrando que a biologia ou anatomia não possuem um destino certo. É importante que ocorra essa distinção entre gênero e sexo, pois ambos os termos são usados muitas vezes indistintamente, mesmo sendo conceitualmente distintos.

Guimarães (2010) reforça que a partir da compreensão sobre as diferenças corporais e sexuais, culturalmente se cria na sociedade ideias e valores sobre o que é ser homem ou ser mulher, que denomina-se “representações de gênero”. É importante reforçar que as questões de gênero estão diretamente relacionadas ao meio cultural, implicando questões relativas a tempo, espaço e dinâmicas culturais.

As relações de gênero referem-se às relações sociais de poder entre homens e mulheres, em que cada um tem seu papel social que é determinado pelas diferenças sexuais. Este tipo de relação desigual imposto pela sociedade antes mesmo da criança entrar na escola é comum no espaço escolar, que apenas reforça os preconceitos e privilégios de um sexo sobre outro e ajuda na construção da identidade sexual das meninas e dos meninos, utilizando-se da disciplina como instrumento para orientar a conduta das crianças segundo seu gênero. O conceito de gênero que pretendemos enfatizar está ligado diretamente à história do movimento feminista contemporâneo, um movimento social organizado, usualmente remetido ao século XIX e que propõe a igualdade nas relações entre mulheres e homens através da mudança de valores, de atitudes e comportamentos humanos. Apesar de o movimento feminista ser evidenciado a partir do século XIX, sua primeira voz surgiu ainda no século XIV, quando Christine Pisan, primeira mulher indicada a ser poeta oficial da corte, mostrou seu discurso articulado de maneira consciente em defesa dos direitos da mulher, polemizando com escritores renomados acerca da igualdade entre sexos. (GUIMARÃES, 2010, p.3-4)

Para exemplificar comportamentos impostos ao longo da história, podemos citar o pensamento alicerçado no senso comum de que menina deve brincar de boneca, fazer comida, limpar a casa, ter um papel de dona de casa, mãe, reforçado a partir dos brinquedos e jogos infantis ofertados às crianças. Em outro sentido, os meninos aprendem desde pequenos que seu lugar é na rua, nos jogos de bola, nas brincadeiras com carrinhos, devem ser fortes, independentes, sem a necessidade de realizar as práticas domésticas cotidianas. Nessa questão, Cabral e Diaz afirmam que:

[...] as relações de gênero são produto de um processo pedagógico que se inicia no nascimento e continua ao longo de toda a vida, reforçando a desigualdade existente entre homens e mulheres, principalmente em torno a quatro eixos: a sexualidade, a reprodução, a divisão sexual do trabalho e o âmbito público/cidadania”. (CABRAL; DIAZ, 1998, p. 02)

Atualmente, pode-se afirmar que os debates sobre feminismo estão cada vez mais enfáticos, manifestado nos meios de comunicação de massa e nas redes sociais online. A crise da masculinidade passa pela nova construção social, porém não se devem interligar as questões de gênero exclusivamente com a questão do feminismo. Quando se trata da luta feminista se aborda a busca pelo reconhecimento aos direitos, normas e modelos impostos pela sociedade.

A teoria feminista considera a diversidade e a pluralidade como elementos básicos da busca de independência e de autodeterminação da mulher, reivindicando a condição de sujeito no discurso e o direito de lutar para o reconhecimento desse discurso (REMÉDIOS, 2000, p.07).

Cabe ressaltar que feminismo e gênero são assuntos distintos, porém bem confundidos entre os indivíduos por serem dois temas que estão, muitas vezes, associados. Precisamos entender que o feminismo é um movimento que busca garantir e igualar direitos entre mulheres e homens, sem necessariamente colocar esses grupos sociais em lados opostos. O feminismo e a crítica feminista ao emergirem, no final dos anos 1960 e início dos anos 1970, na Europa e nos Estados Unidos, contestavam sistemas de pensamentos que se apoiavam em princípios inquestionáveis sobre os quais poderia construir uma hierarquia de significações. Questionando então a dicotomia homem-mulher, o feminismo começou a reavaliar as leis básicas dos sistemas patriarcais e chegou ao ponto em que acredita que deveria ter autonomia sobre o direito de aceitar ou não normas e modelos que eram emanados pela sociedade patriarcal, além de poder criar novos parâmetros, quando necessário.

A mulher - diferente de algumas décadas atrás - modificou e conquistou grande espaço na sociedade em posições outrora destinadas aos homens, porém segue em uma luta constante

para manter-se nesta posição. O mercado de trabalho antes dominado pelos homens, em cargos importantes, sofreu uma mudança significativa com a posse da mulher em posições de poder.

A constituição da família e o papel das mulheres têm sido reelaborados, influenciando nas funções antes impostas a elas. Podemos dizer que esse grupo social conquistou espaço cultural, social e econômico. Salvo alguns locais onde a religião inferioriza o sexo feminino, na maioria dos países capitalistas, as mulheres conquistaram direitos civis; libertaram-se do sutiã; adotaram as calças como peça de vestimenta; passaram a trabalhar fora de casa; alcançaram cargos e posições antes tidas como masculinas, entre outras conquistas.

Mesmo assim, apesar de todo este avanço, a mulher não está completamente livre das desigualdades. Ela conseguiu espaço no mercado de trabalho, mas continua, em alguns casos, com remuneração inferior à do homem. Ganhou também voz e influência no reduto familiar, mas, na maioria das vezes, o homem é considerado ainda a “autoridade máxima” da família.

As mulheres que vemos na televisão, nos programas de entretenimento e na mídia em geral, estão frequentemente ligadas aos interesses lucrativos de quem a expõem. Os grupos hegemônicos ditam quem é “bonita”, quem é “pobre” e quais ocupações cabem a cada uma delas. Além disso, todo programa de televisão repousa sobre uma performance de telespectador como membro de uma comunidade de socialização – que são dependentes do lugar em que o telespectador se encontra.

Desta forma, a mídia ainda refrata campos discursivos ainda enraizados no conservadorismo, pois além da programação oficial, telespectadores são bombardeados com propagandas nos intervalos comerciais que sugerem que o consumo de um produto é ideal para alcançar determinado sucesso e utilizam estereótipos identitários para criar vínculos com o público. Assim, as propagandas funcionam como uma vitrine de tipos ideais, moldando os padrões da sociedade, de pessoas e das coisas. Essas representações acabam por naturalizar práticas culturais como modelos a serem seguidos por todos e todas.

Trazendo uma discussão próxima ao nosso trabalho, o que podemos perceber num programa de *reality show* é essa busca por estereótipos de beleza e comportamento, tanto feminino quanto masculino, para que o telespectador possa ver nestes sujeitos representados os próprios modelos que criam e repudiam.

BIG BROTHER BRASIL E AS INTERAÇÕES DOS FÃS NO WHATSAPP

Um dos *reality shows* mais importantes da atualidade, o Big Brother, foi criado em 1999 por John de Mol, um executivo da TV holandesa e fundador da empresa Endemol, que criou o reality no qual pessoas comuns seriam selecionadas para conviverem juntas dentro de uma mesma casa, vigiadas por câmeras, 24 horas por dia. O nome do programa foi inspirado em um personagem do livro *1984*, de George Orwell. Uma das referências para o *reality* foi o programa animado de TV chamado *Luzes Drama Ação (Total Drama Action)*. Na Europa, O Big Brother estreou no dia 16 de setembro de 1999 e virou febre mundial, conquistando muitos telespectadores ao redor do mundo e inspirando uma série de programas de cunho voyeurístico.

O Big Brother tornou-se um conceito universal, uma síntese de parque humano de atrações, de gueto, de quarto fechado e de Anjo Exterminador. A reclusão voluntária como laboratório de uma convivência sintética, de uma socialidade telegeneticamente modificada”. (BAUDRILLARD, 2008, p. 07)

Após virar febre mundial o fenômeno do *reality* se espalhou por outros 19 países, sendo alguns deles: Alemanha, Espanha, Estados Unidos, Inglaterra, Portugal, Suíça, Suécia e Bélgica; em todos eles, o programa virou sinônimo de sucesso comercial e audiência. Seus participantes e vencedores tornaram-se celebridades instantâneas e faturaram enormes fortunas em prêmios. No caso da versão brasileira, Big Brother Brasil (representado pela sua sigla, BBB) é a adaptação do *reality* Big Brother para o contexto do país, mas sem grandes alterações em relação ao original. O maior objetivo dentro do jogo é o de permanecer na casa vigiada até o último dia para faturar o prêmio milionário.

Apesar de terem sua exibição nos canais de televisão, os *reality shows* possuem um caráter multiplataforma e estão inseridos na lógica da convergência midiática (CANNITO, 2010). Essa convergência nasce da relação entre as “novas” e as ditas “antigas” mídias, que retroalimentam-se: ou seja, uma mídia contribui com a outra, no entanto as “antigas” não estão sendo aniquiladas como alguns autores da comunicação profetizaram. Na visão apocalíptica, as “novas” mídias iriam engolir as “antigas”, contudo presenciamos. Segundo Jenkins (2009), as novas mídias se agregam e a cada nova atualização tornam-se mais completas para que haja uma maior mobilização e adesão das pessoas ao entretenimento ou as coisas que fazem uso delas. Nessa relação entre convergência midiática e *reality shows*, Castro (2006, p. 211) acrescenta que:

além da soma das características extraídas de programas diferentes, os reality shows – e este é caso do Big Brother –, valem-se também da convergência tecnológica que permite a participação do público não apenas como mero receptor, mas como participante das decisões por meio do uso da internet, do celular e da telefonia fixa. Esse produto televisivo já não se restringe à tela do televisor, podendo ser acompanhado pela mídia digital. A TV por assinatura e a aberta complementam-se, facultando ao espectador assistir ao programa em diferentes horários e a qualquer momento do dia. Estaria, então, inaugurada a era da pós-televisão.

Os *realities shows*, mais especificamente o Big Brother, têm o poder de uma manifestação massiva dentro da sociedade, pois, está inserido nessa era do desenvolvimento das convergências das mídias. Além disso, tem esse poder de mobilizar simultaneamente os meios tecnológicos, comunicacionais e os indivíduos. Nesse sentido, Cannito (2010, p.119) considera que:

Com a convergência digital, uma produção pode se ramificar em diversas mídias e faturar com produto de setores que hoje são considerados marginais. Essa tendência cresceu com o digital, pois, como já destacamos, um de seus princípios é a conversibilidade, Ou seja, uma mídia é facilmente convertida em outra.

Jenkins (2009) diz que esse almejo pela participação da parte dos espectadores deixa os conglomerados de mídia ainda mais afortunados, já que esses programas não são apenas mais um produto de entretenimento televisivo e sim uma estratégia multiplataforma para a cada dia atraí-los mais e incitá-los consumir os ambientes virtuais, onde podem criar e compartilhar conteúdo com sua rede de relacionamentos. Pensando sobre esse novo sujeito comunicativo, Jenkins (2009) afirma que ao invés de falar de produtores e consumidores midiáticos em papéis separados, agora podemos vê-los como participantes que interagem uns com os outros de acordo com novas regras. Ou, como explica o pesquisador:

Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente midiático provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. (JENKINS, 2009, p. 44)

Ainda segundo Jenkins (2009), essa convergência dos meios de comunicação representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias, visto que é algo mais complexo do que a simples mudança tecnológica, mas sim altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam o conteúdo produzido pelas grandes corporações.

Nesse sentido, o Big Brother Brasil, agindo por meio da simulação de um cotidiano montado na televisão com o intuito de fascinar o público que se deixa envolver pelo fascínio entre a ficção e a realidade, acaba sendo uma representação quase real, do que é vivido e

julgado no lado de fora da casa. Então, a partir dos acontecimentos cronológicos dentro da trajetória traçada, pretendemos compreender quando que as questões de gênero foram relevantes nos diálogos dos participantes do grupo na rede social *WhatsApp* referente a participante Amanda Djehdian como mulher, no produto midiático BBB; procurando evidenciar para além das “representações”, feitas pelos participantes do programa, sobre o auxílio das técnicas televisivas (na intenção que tem de fixar determinados estereótipos), observando a participação crua dos participantes do grupo de fãs no *WhatsApp*.

No dia 20 de janeiro de 2015 deu-se início a décima quinta edição do Big Brother Brasil. No primeiro dia de *reality* a participante Amanda Djehdian se encantou pelo participante Fernando Medeiros. Esses aos quais mais tarde fariam parte de um triângulo amoroso dentro do *reality*, sendo os protagonistas do programa 15.

A participante Amanda Djehdian marcou a décima quinta edição do *reality* como uma das participantes mais polemica da história dos 15 anos do Big Brother Brasil, dona de uma personalidade marcante, autêntica e um jeito liberal de ser, e viver a vida, acabou chamando atenção e recebendo milhares de críticas ao longo dos quase três meses de duração do programa.

O Big Brother Brasil 2015 teve a duração de 78 dias de confinamento, entre os meses de janeiro a abril (11 semanas), e em poucos dias de exibição dividiu opiniões e torcidas, pois em menos de 72 horas de confinamento, já havia a formação de um triângulo amoroso.

Como foi descrito anteriormente, a participante Amanda Djehdian se encantou pelo participante Fernando Medeiros logo que se encontraram confinados dentro da casa, pois segundo relatos da mesma, o participante lembrava muito uma pessoa que ela havia tido uma relação duradora fora do *reality*; porém, o que Amanda não espera, era a chegada de uma nova participante na casa, que causaria o mesmo encanto, só que em Fernando. No decorrer do primeiro dia de confinamento enquanto a nova participante Aline ainda não fazia parte da casa, Fernando correspondeu aos investimentos de Amanda, deixando a participante com esperanças num próximo romance. Após a entrada de Aline, que entrara para concorrer à décima quarta vaga no *reality*, Fernando começou a se afastar de Amanda e se aproximar da nova participante, que soube por outros integrantes da casa da aproximação dos dois (Amanda e Fernando), e sabendo da situação em primeiro momento, falou em conversa com Fernando que não queria interferir em nada na relação que ele possuía com Amanda, Fernando por sua vez, no mesmo instante rebateu falando que não existia nada entre os dois. Após quatro dias de confinamento Fernando e Aline já estavam em um relacionamento dentro da casa,

inclusive já tinham fãs que *shipavam*⁴ o romance, que foi apelidado nas redes sociais como *Ferline*⁵.

Após os fatos ocorridos, Fernando chamou Amanda para conversar, explicando a participante que a nova integrante da casa tinha “conquistado seu coração” por terem pensamentos e desejos de vida parecidos, e que ela (Amanda) não deveria “sofrer” dentro do *reality*, pois eles até o momento não tinham vivido nada além de trocas de elogios. Amanda, por sua vez, rebateu o participante falando que ele tinha demonstrado interesse às investidas dela, causando ilusão sobre um futuro romance e ainda disse que não sabia se conseguiria conviver com o fato de ter perdido para a nova participante do *reality*. A conversa terminou em clima tenso, com Amanda inconformada chorando, recebeu um selinho de Fernando.

Passadas quatro semanas de *reality* Amanda Djehdian era uma das participantes mais mencionadas nas redes sociais, pelo sofrimento que passava pelas telas, pois a edição do programa mostrava a participante sempre reclamando e chorando pela escolha que Fernando tinha feito, em meio às menções, a participante era milhares de vezes taxada de “fraca, trouxa, burra” e de vários outros elementos ofensivos. Além do drama que Amanda representava viver aos telespectadores, Aline perpetuava várias cenas de deboche para o descontrole emocional da participante. Ocorreu que em meio ao casal feliz e o sofrimento de Amanda, os telespectadores acabaram se dividindo entre esses dois, digamos que “lados do jogo”.

Ao retornar de uma eliminação, Fernando meramente iludido, acreditou que o jogo girava em torno de seu romance com Aline e partiu para o ataque a todos que estavam do lado de Amanda, falando que iria tirar um por um do jogo, pois, segundo ele Amanda estava atuando sobre seus sentimentos, na tentativa de fazer um papel de vítima e ganhar o público. Essa discussão acabou dividindo ainda mais os participantes, em quem estava de certa forma ao lado de Amanda e quem estava ao lado de Fernando e Aline. A discussão nesse retorno do paredão do Fernando foi extremamente errônea da parte do participante, pois acabou repercutindo em números crescentes de fãs para a participante Amanda. Fernando em sua visão de jogo, acreditado no fato de estar sendo um dos preferidos ao prêmio, aproveitou da situação de sua volta, para falar coisas desnecessárias a participante Amanda, debochando de

⁴Shippar trata-se do ato de torcer pelo relacionamento amoroso de alguém, normalmente personagens de filmes, seriados, desenhos animados, histórias em quadrinho, mangás, ficção e etc. É uma expressão criada a partir da palavra inglesa *relationship*, que significa “relacionamento”, em português.

⁵ Ferline: junção dos nomes Fernando e Aline.

sua situação emocional, além de apontar o dedo em seu rosto e se exaltar com a participante na frente de todos os outros participantes do *reality show*.

Próximo da quinta semana, um pouco mais de um mês de reality, Amanda tinha em um dos grupos de fãs na rede social *Facebook*, mais de cinco mil pessoas engajadas, comentando seu dia-a-dia e defendendo suas atitudes e permanência no jogo. Nesse momento, um dos administradores e criadores do grupo na rede social *Facebook*, resolveu criar um grupo oficial no aplicativo *WhatsApp*, onde selecionaria um grupo de pessoas para participar, sendo que estes participantes do grupo deveriam defender e lutar pela permanência da participante Amanda no jogo, além de postarem todas as novidades que descobrissem sobre a mesma, dentro da casa.

No dia 24 de fevereiro de 2015, o grupo no *WhatsApp* foi criado, com um número de participantes que variava de 75 a 95 participantes. Quem não demonstrava ser fiel a causa do grupo, era banido do mesmo. O grupo contava inclusive com a participação da senhora Regina Célia Djehdian (mãe de Amanda Djehdian), que interagia sempre agradecendo pelo engajamento de todos, com mensagens de texto e áudio.

O grupo foi criado em meio a um paredão turbulento, onde Aline, Amanda e Marisa eram os alvos de eliminação. E a ordem do grupo era votar na saída de Aline, como está exemplificado na Figura 1.

Figura 1: Print dos comentários do paredão triplo.



Fonte: Grupo do *WhatsApp* – Amanda até depois do fim.

Na terça-feira, da quinta semana, que Aline acabou sendo eliminada do jogo com 53% dos votos do público e recebeu um discurso do apresentador Pedro Bial que acabou gerando uma empatia maior ainda do público com o caso que Amanda vivia.

Todos os passos de Amanda dentro da casa eram comentados por algum participante do grupo e naquela eliminação de Aline. Amanda teve dois motivos para celebrar a vitória, além de vencê-lo, viu a mulher que “roubou” seu *affair*⁶ sair da casa. Fernando, por sua vez, ficou sem palavras ao perceber que o jogo não girava em torno de seu romance e que, portanto seu grupo não era forte como ele pensava.

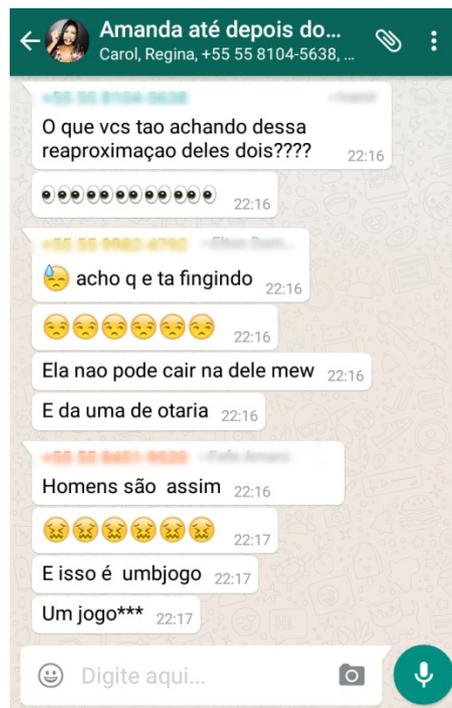
Amanda tinha prometido para Angélica e Tamires (amigas de confinamento), que se voltasse desse paredão pularia na piscina sem a parte de cima do biquíni e cumpriu o prometido, mas tapando os seios com as mãos. Nas redes, os comentários dividiam-se entre elogios e críticas em relação à brincadeira da participante, uns alegavam que a atitude dela era para chamar atenção de Fernando, outros diziam que simplesmente era a forma dela encarar e viver a vida, que ela era livre e não tinha o porquê de se privar de fazer o que bem entendesse. No grupo de fãs do *WhatsApp*, os *print's* de ofensas para com a participante chegavam a todo momento, e a ordem do grupo era boicotar os *Ferlines*⁷, que eram então os principais produtores de ofensas sobre a participante.

Depois da saída de Aline, Fernando teve uma nova percepção em relação ao jogo, e viu que a forma que ele pensasse ser correta, não era a certa para vencer. Amanda, por sua vez, após alguns dias se disse satisfeita com a saída da rival Aline, pois acreditava que Fernando tinha voltado a ser como era nos primeiros dias de confinamento. O que deixava o grupo no *WhatsApp* bem agitado pois os participantes se dividiam entre os que acreditavam no “arrependimento” de Fernando e nos que acreditavam que ele estava atuando pelo jogo, como mostra a Figura 2.

Figura 2: Print exemplificando discussão entre os fãs.

⁶ *Affair* é uma expressão que vem do francês *affaire*, que significa caso. É frequentemente usada em português para definir um caso amoroso ou romance escandaloso, que pode ser público ou mantido em segredo.

⁷ *Ferlines*: nome dado a torcida do casal Fernando e Aline.



Fonte: Grupo do WhatsApp – Amanda até depois do fim.

Amanda nessa semana pós-paredão vencido, voltou a afirmar às amigas de confinamento que não queria nada com o participante Fernando, além da amizade que ele parecia estar conquistando novamente.

Na quinta semana, Fernando acabou pegando a liderança e indicou Angélica que era uma de suas amigas dentro da casa, antes de se afastarem pelo relacionamento com Aline. No grupo, o que era mais comentado era que essa tática de Fernando de colocar Angélica e não Amanda teria sido uma forma de se desculpar com esta e fazer com que Angélica saísse do jogo, pois dentro da casa, após decepção com Fernando, era quem mais dava conselhos para que a amiga não caísse no “jogo” que ele vinha fazendo.

Na sexta semana, Angélica foi eliminada e o assunto no grupo girou em torno do jogo estratégico que a grande maioria acreditava que Fernando estava fazendo. Amanda dentro da casa voltou a falar da relação que quase teve com o participante Fernando, ela chorou e disse que tomou um fora na casa e que todos tinham visto que ela tinha sido humilhada e trocada em rede nacional, e que por isso tentaria não se aproximar mais de Fernando, mesmo tendo um sentimento por ele.

Na sétima semana, em uma das festas que aconteceu, Luan alterado pela bebida alcoólica, saiu brigando com todos da casa, colocou o dedo no rosto de Amanda e falou que ela deveria se envergonhar de ainda ter sentimentos por Fernando, sendo que ele já havia trocado e recusado ela. Fernando ao saber da discussão, chorou. E, mais uma vez, o grupo

ficou dividido entre quem acreditava no que Fernando dizia e quem acreditava que era apenas atuação.

Naquela semana, os participantes Amanda e Fernando já estavam se reaproximando. E no grupo chegavam *print's* de *memes*⁸ preconceituosos em relação à Amanda todo o tempo, pois os “Ferlines” que apoiavam o casal Fernando e Aline, não queriam que essa reaproximação dos dois ocorresse, pois fora da casa, Aline esperava por Fernando. Mal eles sabiam que alguns fãs de Amanda também não queriam tal aproximação, mas também conversavam pelo grupo alternativas para “punirem” os “Ferlines”, afinal, os fãs da Amanda acreditavam no sentimento puro da participante por Fernando, e que ela estava sendo vítima desse sentimento; além dos apelidos ofensivos que eram dado a Amanda, por suas atitudes, que só destacavam sua personalidade autêntica e seu jeito livre de levar a vida, segundo os fãs.

No sábado, da sétima semana após se divertirem na festa, Fernando disse a Amanda que não queria que o público interpretasse a reaproximação dos dois, como uma paquera, Amanda concordou. Na mesma noite, Fernando acompanhou Amanda e Tamires até o Quarto do Líder, onde chegou a deitar no chão, mas logo foi embora. Mais tarde, voltou vestindo apenas uma cueca branca e com uma bebida na mão; no quarto foi recebido por Amanda que usava uma camisola transparente, então, ele apenas beijou a testa da morena e voltou para casa. Nesse dia, eram aproximadamente seis horas da manhã quando ocorreu essa cena e os participantes do grupo do *WhatsApp* que tinham *pay-per-view*⁹ em casa, já começaram a postar vídeos mostrando a todos do grupo o que tinha acontecido. Os Ferlines, por sua vez, entenderam que Amanda por estar de camisola estava provocando Fernando, por ser “vagabunda e não se dar o devido valor”.

No domingo, houve a desistência de Tamires, que até então era a pessoa mais próxima de Amanda, o que gerou muita confusão no grupo, pois todos sabiam que Amanda ficaria mais frágil e solitária na casa, o que conseqüentemente acarretaria na aproximação de Fernando, que para alguns do grupo, ainda era apenas por interesse no jogo. Fernando, com a desculpa de consolar Amanda, se aproximou ainda mais da participante, gerando críticas e desafetos fora do *reality*; a partir desses dias, eles começaram há passar mais tempo juntos.

⁸ Meme é um termo grego que significa imitação. O termo é bastante conhecido e utilizado no "mundo da internet", referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música e etc., que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.

⁹ Pay-per-view, também chamado de PPV, é um sistema onde os usuários podem comprar uma programação específica, que tenham interesse, mas que não está incluída na programação ou nos canais normais, de sua assinatura de televisão.

Na oitava semana de confinamento, Amanda e Fernando já estavam bem próximos, passavam a maioria do tempo conversando e juntos, trocando carinhos e elogios. O participante, inclusive, já dormia na mesma cama de Amanda, onde ocorriam várias trocas de carinho entre os dois. Os “Ferlines” postavam a todo o momento *memes* maldosos sobre Amanda, usando de nomes depreciativos, perpetuando preconceito para com a religião da participante; além de montagens com todos os defeitos que podiam citar da mesma. Uma das ofensas que acabou se tornando marca da participante foi o apelido de Panda, pois Amanda possui olheiras bem marcadas, porém o grupo de fãs aderiu ao apelido, sabendo usufruir da situação, a favor de Amanda, deixando os “*haters*”¹⁰ da participante com mais raiva ainda.

Amanda nesta mesma semana havia recebido o monstro, e o papel do monstro, era vestir a roupa de um lobo e uivar toda vez que tocasse um sinal sonoro, a participante realizou castigo na maior empolgação, pois o tema era engraçado e então ela tinha algo a mais para “brincar e passar o tempo” com Fernando, que aceitava tudo numa boa.

Apesar dessa aceitação natural de Fernando para com os “chamegos” de Amanda, os “Ferlines” mesmo vendo Fernando vivendo aquele momento dentro da casa, insistiam em falar que Amanda que não sabia se comportar como uma mulher “descendente”, que ela só sabia roubar namorado dos outros e se portar como uma “vagabunda”, que isso não era postura de uma “mulher de verdade”.

Já seus fãs nos grupos de redes sociais, em especial no WhatsApp, defendiam a todo o momento inclusive, muitas vezes, discutindo em vários *posts*¹¹ e repassando contas para serem denunciadas por todos que participavam do grupo.

Os fãs de Amanda a todo momento defendiam sua postura dentro da casa, inclusive no próprio grupo, onde alegavam que ela era livre e deveria viver o momento do jeito que bem entendesse, que os sentimentos dela, eram verdadeiros e se tinha alguém errado na situação, esse alguém era o participante Fernando. Inclusive, se alguém fosse contra a opinião da maioria, era retirado do grupo, com a o critério de que não era totalmente fã da participante e que, portanto, não merecia estar no grupo oficial de fãs dela no *WhatsApp*, onde inclusive Regina Célia, estava presente.

Assim interagiu o grupo, com *links* de páginas para serem denunciadas por falarem mal de Amanda, com *prints* de *memes*, muitas vezes maldosos em um nível extremamente

¹⁰ Haters é uma palavra de origem inglesa e que significa "os que odeiam" ou "odiadores" na tradução literal para a língua portuguesa. O termo hater é bastante utilizado na internet para classificar algumas pessoas que praticam "bullying virtual" ou "cyber bullying".

¹¹ Post é um texto/imagem publicado ou enviado para ser publicado em uma página da internet.

exagerado e que, às vezes, acaba causando certo desconforto, até mesmo para aqueles que se diziam “super fãs” da participante. Outro fato que ocorria, era que quem entrava no grupo, era porque era fã da participante e então deveria concordar e defender todas as suas atitudes, ou então não serviria para estar no grupo e era banido do mesmo.

Na oitava semana, a maioria das redes sociais e o grupo do *WhatsApp* começaram a produzir muito conteúdo nas madrugadas, pois a reaproximação e conexão que Fernando e Amanda estavam era tanto, que muitos já apostavam e acreditavam em um grande romance entre os dois. Nessa semana, inclusive, os dois já eram um casal para os telespectadores e acabaram conquistando fãs sobre o “quase relacionamento”. Foi criada a *hashtag*¹² “Amando” junção do nome de Amanda e Fernando, em apoio ao romance do produtor cultural e da empresária.

Fernando, por sua vez, no fim dessa mesma semana, aproveitou o momento do *Raio X*¹³ para mandar um recado para Aline, dizendo que não era para ela esquecer o que eles tinham combinado e conversado dentro da casa. O que gerou a revolta de muitos fãs de Amanda, pois diziam perceber que tudo para o participante não passava de estratégias para se manter no jogo, vendo que faltavam poucas semanas para o fim do programa.

Mesmo com o recado, perto de Amanda, Fernando se dizia estar encantado com o outro lado da participante, com o qual ele tinha tido a oportunidade de conhecer, só naquele momento do jogo que agora viviam. O que deixava Amanda mais deslumbrada e com esperanças em um romance, inclusive, fora da casa, já no grupo do *WhatsApp* os fãs começavam a dividir opiniões.

Na nona semana de confinamento, Fernando e Amanda que vinham a dias cheios de carinho e carícias de baixo dos edredons, oficializaram pelo menos, para fora da casa o romance, Fernando após a festa e pensar muito, beijou Amanda em frente das câmeras.

O romance naquela madrugada foi tão comentado que foi para os *trending topics*¹⁴ do *Twitter*, e após Fernando resolver se mostrar em frente às câmeras, ele acabou ganhando muitos dos fãs de Amanda que não acreditavam que os sentimentos dele por Amanda fossem reais.

¹² Hashtag é uma expressão bastante comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste de uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, conhecido popularmente no Brasil por “jogo da velha” ou “quadrado”.

¹³ Raio-X: momento pela manhã que os participantes do Reality tem um tempo de 30 segundos para mandar um recado ao público ou a quem queiram.

¹⁴ Trending Topics: dez assuntos mais comentados no Mundo/País (dependo a escolha no perfil), segundo a rede social Twitter.

Nessas últimas noites os fãs trocaram o dia pela noite, pois ficavam todos os dias na espera do que iria acontecer, querendo a todo o momento notícias dos participantes através do grupo do *WhatsApp* que tinham acesso mais rápido aos vídeos gravados do PPV.

Apesar de Fernando ter exposto sua decisão de viver o segundo romance dentro da casa, as críticas até mesmo dos fãs de Amanda eram muitas, inclusive, sobre o comportamento que a participante tinha dentro do *reality*.

Naquela mesma semana, Amanda ganhou a liderança mais uma vez e Marisa, que venceu a prova do anjo, deu o colar de monstro para Fernando, que ficava numa cela trancado, até um sinal sonoro ser tocado, em todo tempo que estava preso, Amanda ficou do lado de fora fazendo companhia para o “amado”. Nessa semana, a maioria dos fãs de Amanda e uma boa porcentagem dos fãs de Fernando já apoiavam o casal “Amando”. Em compensação os “Ferlines” estavam odiando o casal, e prometiam votar noite e dia para tirar Fernando ou Amanda do jogo.

A décima semana de Amanda e Fernando teve muita “pegação”, mas também teve lágrimas, durante a festa chamada de “Mal Assombrada” o casal discutiu, após Amanda pedir Fernando em namoro e o participante falar que iria machucá-la. Amanda acabou caindo no choro. Após três pedidos seguidos de namoro, Fernando tentou explicar a Amanda que poderia não fazer bem pra ela. Amanda, por sua vez, disse que ele faria muito bem pra ela, pois eles se divertiam juntos, tinham uma boa química, tinham ideias parecidas, tudo era bom e que não tinha nada de ruim entre eles. Nesta mesma festa, em um momento distante de Amanda, sozinho e aos prantos Fernando sussurrou que amava Aline e que ela o perdoasse.

Neste dia, as redes sociais voltaram a produzir milhares de *memes* maldosos em relação a situação de Amanda dentro do *reality*, pois em maioria, o comentário das pessoas eram críticas que taxavam a participante de “otária” por ter caído no papo de Fernando, fora a crítica que enorme que ela recebia por ter atitudes que para aqueles que criticavam não condiziam com o “papel de um mulher na sociedade”.

Ao mesmo tempo, muitas pessoas defendiam Amanda, mesmo não sendo de seu grupo de fãs, pois entendiam o porquê de suas atitudes, acreditavam que as decisões que ela tomava dentro do jogo não eram estratégias para vencer e, sim, por seus próprios sentimentos; e na grande maioria, criticavam Fernando que, no momento, era taxado como manipulador e jogador.

Na décima primeira e última semana de confinamento, Amanda e Fernando seguiam seu “romance” até o dia que o participante foi eliminado do programa, sendo o terceiro finalista, porém saindo com um número alto de rejeição, numa disputa com o Cézar que foi

para final com Amanda e que venceu a edição do Big Brother Brasil 2015. Já nas interações do grupo de fãs da participante Amanda Djehdian, o que poderemos observar é que, muitas vezes, pelo carinho ou identificação que as pessoas acabam adquirindo pelo “ídolo”, elas se liberam de preconceitos e se dispõem a defender uma visão que até pouco tempo atrás pensavam ser errada também.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na materialidade dos dados observados e analisados, as questões de gênero que transpareceram nas interações dos fãs do reality ratificam o senso comum do papel da mulher de inferioridade perante a figura masculina, de sua fragilidade; enquanto o homem relacionado à história da participante é praticamente ileso a julgamentos pesados, sendo considerado, em muitos momentos, como indefeso na narrativa que construiu dentro da casa. No que diz respeito às relações de gênero, podemos perceber através dos autores abordados que não há um conceito definindo totalmente para as relações de gênero, pois ele é algo que foi criado culturalmente pela sociedade, em que homens e mulheres têm papéis diferentes e ainda desiguais. O que se busca é uma aceitação e uma nova visão na construção deste conceito e seus afins.

Após todos os processos, o que se pode inferir é que os estigmas da sociedade continuam nessas formas contemporâneas de comunicação, entre eles, a misoginia, ou seja, o pensamento de inferioridade feminina perante o homem; Pelas discussões no grupo do aplicativo, percebe-se uma reprovação grande das mulheres que têm atitudes antes ditas como masculinas e que se comportam de maneira independente de regras impostas como corretas pela sociedade. Também verifica-se que, muitas vezes, pelo apego, identificação ou algo que ligue a tal indivíduo (ídolo), as pessoas se tornam receptivas a muitas coisas que criticavam até então. Ou seja, o que se pode entender é que nem sempre a opinião compartilhada é a real opinião de tal indivíduo sobre determinado assunto, mas sim a opinião ditada como correta pela sociedade, pela maioria ou pelo grupo em que convive.

O que podemos concluir deste trabalho é que, apesar de termos formas contemporâneas de comunicação, há estigmas da sociedade que continuam: a misoginia, ou seja, o pensamento de inferioridade feminina perante o homem; e uma reprovação grande das mulheres que têm atitudes antes ditas só de homens e que se comportam de maneira independente de regras impostas como corretas pela sociedade.

Em relação ao *reality show* Big Brother, podemos destacar é grande participação do público, que é, a cada dias mais assídua e crítica, sendo de extrema importância para este estudo, tendo em vista que o objeto de análise foi escolhido através de sua última temporada de exibição (BBB15).

Este estudo apesar de ter focado em questões que acompanham a sociedade ao longo de sua trajetória, como é o caso das relações de gênero, atrelou-se ainda à abordagem das questões comunicativas contemporâneas, no caso, as redes sociais a partir das interações das pessoas no aplicativo *WhatsApp*. Diante disso, acabou sendo necessário compreender melhor o uso dos aplicativos e redes sociais para a produção de conteúdos por parte do público que consome entretenimento e a exposição de críticas e elogios que acabam sendo aceitos como algo natural. As interações entre esses fãs do programa acabaram sendo a base para a construção de um conhecimento científico a partir das experiências de consumo midiáticos dos sujeitos.

A partir de todos os dados analisados através do grupo do *WhatsApp* (Amanda até depois do fim), dados estes como texto, *print's* de outras redes sociais compartilhados no grupo, imagens, áudios e vídeos, o que pode-se concluir é que pesquisas deste tipo que evidenciam tais questões são necessárias na tentativa de expandir o olhar e perceber que estamos evoluídos em muitos aspectos, porém estagnados em alguns pensamentos e posturas que talvez não sejam mais adequados para os dias de hoje, o que para a produção científica dentro da área social é algo importante.

As questões de gênero que transpareceram nas interações dos fãs do reality, inseridos no *WhatsApp* são principalmente o papel da mulher na sociedade, da inferioridade que ela possui perante ao homem, de sua fragilidade; enquanto o homem é relacionado na história como ileso de julgamentos pesados, sendo dado milhares de vezes como indefeso na história que construí dentro da casa. Muitas vezes, pelo apego, identificação ou algo que ligue a tal indivíduo (ídolo), as pessoas se tornam receptivas a muitas coisas que criticavam até então. Ou seja, o que se pode entender é que nem sempre a opinião compartilhada é a real opinião de tal indivíduo sobre determinado assunto, mas sim a opinião ditada como correta pela sociedade, pela maioria ou pelo grupo em que convive.

REFERÊNCIAS

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. Big Brother: telemorfose e criação de poeira. **Revista Famecos**, v. 9, n. 17, p. 07-17, 2008.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

CABRAL, Francisco; DÍAZ, Margarita. **Relações de gênero**. Secretaria Municipal de Educação de Belo Horizonte/Fundação Odebrecht, organizadores. Cadernos afetividade e sexualidade na educação: um novo olhar. Belo Horizonte: Editora Rona, p. 142-50, 1998.

CAMPANELLA, Bruno. Investindo no Big Brother Brasil: uma análise da economia política de um marco da indústria midiática brasileira. **E-Compós**, ed. 8, s/p, 2007. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/133>. Acesso em: 25 de ago. 2015.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiência?** São Paulo: Paulus, 2006.

FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GEBARA, Ivone. **Cultura e relações de gênero**. São Paulo: CEPIS, 2002.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, Letícia de Castro. **Relações de gênero na escola**: contribuições da prática docente para a desmistificação de preconceitos em relação ao sexo. Monografia. Curso de Pedagogia. Universidade Federal do Maranhão. 2010. Disponível em: <http://monografias.brasilecola.com/pedagogia/relacoes-genero-sexualidade.htm>. Acesso em: 20 set 2015.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**: directions and connections. London: Sage, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. –São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed34 Ltda, 1999.

MINAYO, Maria Cecília Souza. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2007.

MURARO, Rose Marie. **Sexualidade da mulher brasileira** – Corpo e classe social no Brasil. 4.ed. Petrópolis, 1983.

OLIVEIRA, Denize Cristina de. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Rev. enferm. UERJ**, v. 16, n. 4, p. 569-576, 2008. Disponível em: <http://www.facenf.uerj.br/v16n4/v16n4a19.pdf>. Acesso em: 02 out 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

REMÉDIOS, Maria L. R. **O despertar de Eva**: Gênero e identidade na ficção de língua portuguesa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

