

Literacia dos fãs da série brasileira *As Five* na rede social X (Literacy of fans of the Brazilian series *As Five* on the social network X)

Daiana Sigiliano
Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
daianasigiliano@gmail.com
[0000-0002-5163-9926](https://orcid.org/0000-0002-5163-9926)

Gabriela Borges
Universidade do Algarve, Portugal
gabriela.borges0@gmail.com
[0000-0002-0612-9732](https://orcid.org/0000-0002-0612-9732)

Received: 15-11-2024

Accepted: 18-12-2024

Abstract

This article aims to analyze how the social issues explored in the fictional universe of *As Five* (Globoplay, 2020-2024) stimulate critical thinking and the exchange of ideas among the fans of the Brazilian series on the social network X. To discuss this matter, posts published by interacting viewers were monitored throughout the three seasons of the Globoplay production. As pointed out by Lopes (2009), Baccega (2003), Fischer (2017), and Borges and Sigiliano (2020), the dramatization of social issues encourages the formation of critical subjects, broadening how they perceive and understand the world they are part of. It is concluded that the creative choices and technical-aesthetic framing of *As Five* guide the discussions of interacting viewers, reinforcing the pedagogical nature of serialized fiction. The mobilization of fans on X also results in the inclusion of these themes on the public policy agenda, such as combating prejudice, expanding the representation of minority groups, and deepening the debate on sexual education and burnout.

Keywords: *Media Literacy; Fan Culture; Fan Literacy; X; As Five*

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar de que modo as pautas sociais exploradas no universo ficcional de *As Five* (Globoplay, 2020 - 2024) estimulam o pensamento crítico e o debate de ideias dos fãs da série brasileira na rede social X. Para a discussão desta questão foram monitoradas as postagens publicadas pelos telespectadores interagentes durante as três temporadas da produção do Globoplay. Conforme pontuam Lopes (2009), Baccega (2003) e Fischer (2017) e Borges e Sigiliano (2020) a dramatização de questões sociais estimula a formação de sujeitos críticos, ampliando o modo como percebem e compreendem o mundo em que estão inseridos. Conclui-se que as escolhas criativas e enquadramentos técnico-estéticos de *As Five* pautam as discussões dos telespectadores interagentes, reforçando o caráter pedagógico da ficção seriada. A mobilização dos fãs no X se desdobra também na inserção desses temas na agenda das políticas públicas, tais como o combate ao preconceito, a ampliação da representação de grupos minoritários, e no aprofundamento do debate sobre a educação sexual e o *burnout*.

Keywords: *Literacia Midiática; Cultura de Fãs; Literacia do Fã; X; As Five*

1. Introdução

De acordo com Estrela (1992), Reia Baptista (2002) e Ghiraldelli Jr. (2006) as discussões epistemológicas sobre a pedagogia são amplas e complexas, não se restringindo apenas ao âmbito escolar. O conceito apresenta mudanças significativas ao longo dos anos, principalmente a partir das associações com as utopias educacionais, a ciência da educação e a filosofia educacional (Ghiraldelli Jr., 2006; Portilho, 2011). Desse modo, a pedagogia abarca o estudo de práticas educacionais em distintos contextos sociais, culturais e políticos, englobando tanto a educação formal nas escolas quanto às práticas educacionais informais presentes na sociedade contemporânea (Estrela 1992; Reia Baptista, 2002; Ghiraldelli Jr., 2006; Portilho, 2011). É a partir deste viés multifacetado e não formal da ciência da educação que se inserem as discussões sobre a função pedagógica da ficção seriada brasileira.

Para Fischer (2002; 2017) o papel pedagógico da televisão é vasto e abarca vários materiais audiovisuais como, por exemplo, os comerciais, a ficção seriada e os filmes. De acordo com a autora, o meio desempenha um importante papel na sociedade e cabe aos educadores explorarem o seu potencial como ferramenta pedagógica. Fischer (2002) afirma que os conteúdos veiculados na TV podem fomentar uma percepção visual e auditiva mais apurada dos alunos. Ao promover a compreensão crítica da televisão os educadores propiciam aos alunos ferramentas para distinguir não apenas diferentes tipos de conteúdo, mas também contribuem para o desenvolvimento de habilidades analíticas relacionadas aos propósitos e objetivos das mensagens midiáticas veiculadas.

Segundo Becker e Filho (2011, p.493) a leitura crítica dos programas televisivos “[...] pode auxiliar os cidadãos a construir uma visão mais ampla da mídia e do processo de midiaticização”. Para os autores, ao explorar conteúdos e formatos de diferentes gêneros, a ficção seriada estimula a compreensão das camadas interpretativas que integram as tramas, abrangendo elementos estilísticos, estéticos e narrativos. Deste modo, os telespectadores desenvolvem competências relacionadas não apenas à leitura do próprio texto audiovisual, mas da realidade social em que estão inseridos. Em contrapartida, Carneiro (1999a; 1999b) pontua que o ambiente de aprendizagem gerado pela experiência televisiva não está necessariamente relacionado aos recursos técnico-expressivos dos programas, mas ao seu caráter educativo. De acordo com a autora, um programa educativo é desenvolvido a partir de uma intenção educacional específica e tem como o objetivo transmitir conhecimentos, competência e/ou habilidades ao seu público. Geralmente as atrações são produzidas para atender as necessidades educacionais de um determinado grupo demográfico, tais como crianças, adolescentes, etc.

Entre os formatos e gêneros populares no cenário audiovisual brasileiro, Baccega (2003) afirma que a telenovela ocupa um lugar central na função pedagógica da televisão. Segundo a autora, o estímulo à leitura crítica fomentado pelas telenovelas se configura, principalmente, a partir de duas características norteadoras: a narrativa e a obra aberta. Assim como a televisão, a telenovela é norteadora pela narrativa, o recurso faz com que os telespectadores se identifiquem com a história. À medida em que os capítulos vão ao ar, o público estabelece uma relação parassocial com os

personagens, se envolvendo de forma lúdica e profícua com o mundo ficcional. Deste modo, a telenovela engendra uma conversa contínua sobre os acontecimentos narrativos, influenciando a dinâmica social e as perspectivas individuais (Baccega, 2003). Este ponto pode ser observado, por exemplo, em arcos narrativos pautados por temáticas sociais (racismo, sexismo, direitos LGBTQIAPN+, etc). A partir da dramatização das discussões, os telespectadores refletem sobre a situação que o personagem está vivenciando e transpõem, mesmo que de maneira inconsciente, para o seu cotidiano.

O segundo ponto destacado por Baccega (2003) está relacionado com a capacidade da telenovela de incorporar assuntos do cotidiano e recuperar mitos presentes em diferentes culturas. Isto é, por se tratar de uma obra aberta, as tramas conseguem agregar, muitas vezes de maneira até factual, as pautas sociais, culturais e políticas que integram a sociedade. Neste sentido, as telenovelas, de forma direta ou indireta, contribuem para a conscientização de questões ligadas, por exemplo, à saúde, aos grupos minoritários e à justiça social. À medida que as cenas vão ao ar, os arcos narrativos geram debates e estendem a conversação em torno da trama para além da diegese. Fazendo com que o público correlacione os acontecimentos ficcionais com a vida real.

A partir deste contexto, este artigo tem como objetivo analisar de que modo as pautas sociais exploradas no universo ficcional de *As Five* (Globoplay, 2020 - 2024) estimulam o pensamento crítico e o debate de ideias dos fãs da série brasileira na rede social X (antigo Twitter). Para a discussão desta questão realizamos um monitoramento das postagens dos fãs da série durante as três temporadas, exibidas entre 2020 e 2024.

2. A função pedagógica de *As Five*

De acordo com Lopes (2009) o recurso comunicativo se configura a partir da imbricação histórica da telenovela com as mudanças da sociedade brasileira. A autora pontua que a telenovela se constitui como um recurso comunicativo ao atuar como “componente de políticas de comunicação/cultura que perseguem o desenvolvimento da cidadania e dos direitos humanos na sociedade” (Lopes, 2009, p. 32). Deste modo, “[...] 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. (Lopes, 2009, p. 32).

O recurso comunicativo discutido por Lopes (2009) pode ser observado no contexto televisivo brasileiro a partir de 1968, com *Beto Rockfeller* (Tupi, 1968 - 1969). Escrita por Bráulio Pedroso a trama era composta por sequências externas, linguagem coloquial, humor e personagens ambíguos, engendrando um novo paradigma da teledramaturgia brasileira. Lopes (2009) afirma que a história se conectava com a realidade dos telespectadores ao explorar temas factuais que estavam presentes no cotidiano.

Além de representar um marco estético, estilístico e narrativo no âmbito da telenovela, *Beto Rockfeller* também estabeleceu uma nova convenção. Segundo Lopes (2009, p. 25) a partir da exibição da trama cada novela deveria trazer uma ‘novidade’, enfatizando a produção como uma “representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada”. Esta convenção pode ser observada, por exemplo, no figurino dos personagens, nas referências aos acontecimentos do momento em que a trama está no ar, etc. (Lopes, 2009).

A ação pedagógica da ficção discutida por Lopes (2009) se configura como um ponto norteador da 25ª temporada da telenovela *Malhação*. Entretanto, antes de discutirmos sobre o universo de *Malhação: Viva a Diferença* (2017-2018) e do seu *spin-off* *As Five*, é importante contextualizarmos a criação e a produção de *Malhação*. A telenovela foi criada em 1995 por Andréa Maltarolli e Emanuel Jacobina e teve sua última temporada exibida em 2020. O programa é o mais longo e o principal produto de ficção seriada televisiva da TV Globo criado especificamente para o público jovem. A telenovela se estrutura a partir de temporadas, cada uma delas é composta por em média 180 capítulos, que vão ao ar ao longo de um ano. As temporadas de *Malhação* são independentes e apresentam personagens e arcos narrativos distintos, compartilhando apenas a ambientação e os temas pertinentes à juventude.

Inicialmente a história era ambientada em uma academia de preparação física, que dá o nome ao programa. Em 1999, na sexta temporada, a atração começou a ter como principal cenário o ambiente escolar. Intitulada *Malhação Múltipla Escolha* a trama abordou questões como, por exemplo, drogas, racismo, sexo, crise financeira e aborto. Segundo Fachine *et al.* (2020) a escola, apesar de apresentar diferentes características em cada temporada, facilitou a inserção de núcleos adultos, principalmente compostos por professores, funcionários e pais.

Um dos pontos centrais da telenovela, principalmente nas temporadas exibidas a partir dos anos 2000, é o *merchandising* social. De acordo com Lopes (2009, p. 32) o termo “[...] pode ser definido como um recurso comunicativo que consiste na veiculação em tramas e nos enredos das produções de teledramaturgia de mensagens socioeducativas explícitas, de conteúdo ficcional ou real”. Isto é, as mensagens socioeducativas vão além da mera inserção de um fato no mundo ficcional. Para que ocorra é necessário que o arco narrativo aborde questões ligadas às medidas de prevenção, proteção, reparação ou punição; dê atenção para as causas e consequências relacionadas com comportamentos e hábitos inadequados dos personagens, além de valorizar a diversidade de perspectivas sobre uma certa temática (Lopes, 2009; Fachine *et al.*, 2020).

Conforme pontuam Fachine *et al.* (2020), os temas abordados durante as temporadas de *Malhação* abarcam temas sociais pertinentes ao público jovem. Nos primeiros anos de exibição, as questões, tais como o início da vida sexual, o relacionamento com os pais e os amigos, e as dúvidas em relação ao futuro profissional eram tratadas de maneira mais genérica e discutidas sem grandes problematizações. A partir dos anos 2000, temáticas como, por exemplo, o preconceito racial, o *bullying*, a gravidez na adolescência foram trabalhadas nos capítulos de modo mais denso, apresentando diversas perspectivas e facilitando o diálogo entre pais e filhos. Entretanto, é importante ressaltar que, por ser composta por temporadas independentes, desenvolvidas por equipes criativas

distintas, o recurso comunicativo do programa varia de acordo com o mundo ficcional proposto pelos autores.

Criada por Cao Hamburger, *Malhação: Viva a Diferença* foi marcada pelo protagonismo feminino. Pela primeira vez, em 25 anos de exibição, a novela infantojuvenil foi protagonizada por cinco mulheres, e abordou de forma profícua temas como o racismo, a diversidade, a síndrome de Asperger (SA), o feminismo, o assédio sexual e a homofobia (Borges *et al.*, 2021). Além de explorarem distintas linguagens e formatos, as temáticas sociais também são recorrentes em outras obras de Cao Hamburger (Carneiro, 1999a). Programas como, por exemplo, *Pedro e Bianca* (TV Cultura, 2012-2014) e *Que Monstro te Mordeu?* (TV Cultura, 2014-2015) refletem sobre os grupos minoritários, o conceito de família, a saúde mental e a diversidade na contemporaneidade.

O principal arco narrativo de *Malhação: Viva a Diferença* se desdobra após as adolescentes Keyla (Gabriela Medvedovski), Benê (Daphne Bozaski), Tina (Ana Hikari), Lica (Manoela Aliperti) e Ellen (Heslaine Vieira), de origens e personalidades diferentes, ficarem presas no mesmo vagão de metrô durante uma pane elétrica. O *plot* tem início quando Keyla entra em trabalho de parto e as personagens se unem em solidariedade para ajudá-la no nascimento do bebê, Tônico. Ao longo de seus 222 capítulos a telenovela conquistou fãs brasileiros e de outras partes do mundo nas redes sociais, além de ter alcançado índices de audiência de 20,43 pontos em média, ocupando o posto de maior Ibope¹ da década nesta faixa horária da TV Globo (Borges *et al.*, 2019).

A campanha dos fãs para que a emissora produzisse um *spin off* da atração mobilizou as redes sociais, especialmente o X, nas semanas que antecederam a exibição do último capítulo, em março de 2018. As ações do *fandom* abarcaram memes, *hashtags*, abaixo assinado on-line, edits, *tweets* mencionando os perfis gerenciados pelo Grupo Globo e as contas pessoais dos roteiristas. Em abril de 2019, a emissora anunciou a produção do *spin-off* para a plataforma *on demand* Globoplay. Composta por três temporadas, exibidas entre 2020 e 2024, *As Five* foi protagonizada por Keyla, Ellen, Lica, Tina e Benê, que se reencontram após seis anos sem se verem. As personagens estão no começo da vida adulta e enfrentam conflitos comuns à Geração Z. Ao longo dos 26 episódios a série abordou temas como o feminismo, o preconceito, a xenofobia, o capacitismo e a maternidade solo.

3. A literacia do fã: discussões preliminares

Segundo Livingstone (2007, p.27) a literacia midiática se refere “[...] à capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens através de uma variedade de contextos diferentes”² (tradução nossa). Deste modo, ao englobar os processos de produção, consumo e distribuição dos conteúdos midiáticos a literacia midiática “[...] deve habilitar os cidadãos para o pensamento crítico e a resolução criativa de problemas a fim de que possam ser consumidores sensatos e produtores de informação” (Borges, 2014, p. 183). Um dos principais pontos de interseção entre a ação pedagógica da ficção seriada contemporânea e a literacia midiática pode ser observada nos estudos da cultura de fãs. A

¹ Índice de monitoramento da audiência televisiva.

² the ability to access, analyze, evaluate and create messages across a variety of contexts.

partir de levantamento³ do estado da arte realizado no *Publish or Perish* observa-se que pesquisas sobre as práticas da cultura de fãs e a literacia midiática começam a ser publicadas em 2003, os trabalhos refletem sobre a capacidade crítica e criativa do público ávido a partir do estudo de diferentes objetos empíricos. Dos 246 trabalhos levantados (Figura 1), 7% analisam como as dinâmicas das comunidades dos fãs e a produção coletiva de conteúdo estimulam a aprendizagem informal, entre as amostras estão os fóruns, as Wikis e os grupos de *fansubbers*. Já 10% trabalhos investigam os conteúdos pautados pela estética do remix, a partir de vídeos e memes os fãs exploram novas camadas interpretativas do universo canônico. 13% dos trabalhos são voltados para o estudo das mobilizações e ações em rede organizadas pelos *fandoms*, os pesquisadores analisam a relação da cultura pop com questões sociais e políticas. Por fim, 70% dos trabalhos refletem sobre as histórias, criadas pelos fãs, inspiradas em universos fictícios de séries de TV, filmes, livros, quadrinhos, games e outros conteúdos midiáticos. Apesar de ganhar novos desdobramentos no ambiente da cultura da convergência, a *fanfic* é uma das práticas mais antigas no âmbito da cultura de fãs e abrange habilidades literárias, lúdicas, linguísticas e multimodais.

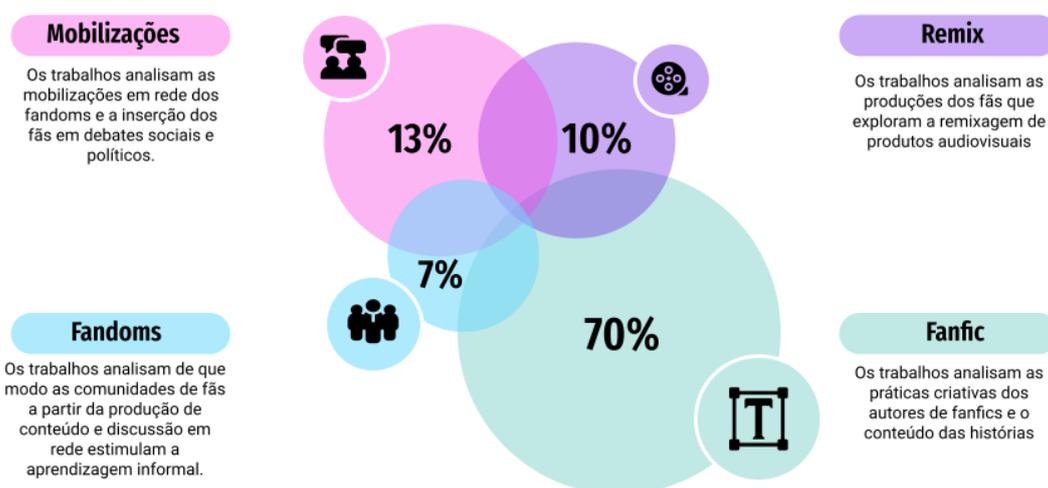


Figura 1. Sistematização do estado da arte. Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Conforme pontuamos em trabalhos anteriores (Sigiliano; Borges, 2021; Borges *et al*, 2023), ao analisarmos as práticas da cultura de fãs podemos observar uma multiplicidade de competências em operação como, por exemplo, a produção de conteúdos, o ativismo, a sistematização e a curadoria de informações, a ressignificação das tramas, a edição de imagens, entre outras.

Para Jenkins (2015, p. 73) as atividades críticas e criativas dos fãs “[...] envolve níveis de atenção diversos e convoca competências diversas de espectador, diferente de quando se assiste ao mesmo conteúdo de forma causal”. O autor afirma que (2015, p.70) a *leitura fã*⁴ é “[...] um processo, um movimento que vai da recepção inicial da transmissão televisiva a uma elaboração gradual dos episódios e sua remodelagem em termos alternativos”. Deste modo, para Jenkins (2015) o fã dominaria

³ Termos buscados: “fan literacy”, “fan media literacy”, “fã e literacia midiática”, “fã e letramento midiático”, “fã e competência midiática”

⁴ *Fannish reading* na versão em inglês.

dois modos de leitura: a textual e a intertextual, isto é, ao ler textualmente o público ávido estabelece uma relação íntima com o universo ficcional, reconhecendo cada detalhe do metatexto. Já o segundo modo de leitura é a intertextual e vai além da trama, nela o fã consegue identificar múltiplas redes intertextuais entre o paratexto em questão e os elementos externos, formando amarrações interpretativas. Com base nesse contexto, neste trabalho definimos a literacia do fã como um conjunto de habilidades críticas e criativas envolvendo a capacidade de avaliar, produzir, participar, ressignificar e distribuir um conteúdo midiático a partir do seu universo de referência (Figura 2).



Figura 2. Capacidades que envolvem a literacia do fã. Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

A literacia do fã abrange as competências multissensoriais por meio da repercussão do conteúdo midiático, da ampliação dos desdobramentos da trama e do aprofundamento e da ressignificação da história, além do domínio da arquitetura operacional e/ou informacional das plataformas digitais. Em outras palavras, a partir do envolvimento emocional e de um profundo conhecimento sobre as regras e os códigos estilísticos, estéticos e narrativos do universo de referência, o fã tem a capacidade de avaliar a coerência e as potencialidades da trama; produzir, ressignificar e distribuir conteúdos com base no cânone; além de participar de comunidades em rede (redes sociais digitais e plataformas digitais) e de ações transmídia desenvolvidas pelas empresas.

4. Análise da produção crítica e criativa dos fãs de *As Five no X*

Para a análise dos conteúdos produzidos pelos fãs de *As Five no X* adotamos o protocolo⁵ de abordagem de monitoramento, extração e codificação de dados desenvolvido no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual*, que se estrutura a partir de três etapas. A primeira etapa foi realizada em novembro de 2020 e consistiu na exploração sistemática dos perfis para a definição dos perfis de fãs que seriam monitorados. Para isso, inserimos na barra de busca do próprio X, vinculada à sua API (*Application Programming Interface*), os termos (palavras chave e *hashtags*)

⁵ O protocolo foi executado no âmbito dos projetos que integraram as pesquisas da Equipe da UFJF na Rede Obitel Brasil (Rede Brasileira de Pesquisadores da Ficção Televisiva).

relacionados ao mundo ficcional de *Malhação: Viva a Diferença e As Five*. Com base nos resultados⁶ os perfis foram selecionados a partir dos recursos de individualização e das camadas estruturais de informação (Recuero, 2009; Bruns; Moe, 2013). Isto é, as páginas precisariam apresentar elementos como, por exemplo, capa, avatar e *user* relacionados ao universo ficcional e também produzir conteúdos regulares sobre a trama. A partir dessa filtragem chegamos ao recorte de 85 perfis ativos gerenciados por fãs.

Quadro 1. Temporadas de *As Five* monitoradas. Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Temporada	Número de episódios	Período de exibição
Primeira temporada	10	12 de novembro de 2020 a 14 de janeiro de 2021
Segunda temporada	8	8 de fevereiro de 2023 a 1 de março de 2023
Terceira temporada	8	1º de março de 2024

A segunda etapa foi focada no monitoramento e na extração de conteúdos publicados durante as três temporadas da série. Os *tweets* são extraídos a partir da linguagem de programação *Python* por intermédio do pacote *Tweepy* e da biblioteca *Pandas* (Sigiliano, 2024)⁷. A terceira etapa consistiu na codificação dos 562.218 mil *tweets* extraídos durante o monitoramento da distribuição dos 26 episódios pelo *Globoplay* (Sigiliano, 2024). Nesta etapa⁸, os *tweets* foram identificados, descritos e categorizados manualmente, ou seja, cada publicação foi analisada de forma individual no *software Atlas.ti*.

O objetivo foi agrupar os dados de acordo com suas idiossincrasias, em busca de similaridades, dissimilaridades, padrões e peculiaridades. Por conta do volume e da complexidade das publicações dos fãs de *As Five*, a codificação é dividida em duas fases: macrocodificação e microcodificação (Sigiliano, 2024). Inicialmente, na macrocodificação categorizamos os *tweets* a partir do tema central do comentário feito pelo público, já na microcodificação a categorização é norteada pelas especificidades destas postagens. Ao todo foram codificados 165 contextos conversacionais de 85 perfis de fãs de *As Five* no X. Destes, 117 estão diretamente relacionados aos temas sociais que integram a trama (Gráfico 1).

⁶ Nessa fase foram encontrados 317 perfis ativos no X.

⁷ Para a realização desta etapa utilizamos o registro de desenvolvedor/acadêmico do X, liberado para as autoras desde 2020. O registro permite que o usuário faça requisições diretamente a API (Rest API, Search API e Streaming API) e tenha acesso aos tokens e keys para realizar os monitoramentos e extrações a partir de ferramentas mais complexas e direcionadas. O registro também possibilita a extração mensal para 10 milhões de *tweets*, requisições à API por hora e a liberação do uso não comercial dos metadados.

⁸ Este artigo segue as diretrizes do *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0 da Association of Internet Researchers* (Franzke *et al*, 2020). Desse modo, com o objetivo de proteger a identidade dos fãs, foram adotadas técnicas de pseudonimização (*pseudonymization* no inglês). Como pode ser observado, todos os *tweets* que integram este trabalho têm o avatar e o nome de usuário (*username*) borrados, o que dificulta a identificação dos fãs que compõem a amostra. Ao exportar os dados brutos para o *Atlas.ti*, as informações identificáveis dos *tweets* foram substituídas por códigos aleatórios, inviabilizando o rastreamento até os perfis.

Ao longo das três temporadas a série abordou diversas questões sociais, principalmente, a partir dos arcos narrativos das personagens Lica, Tina, Bene, Ellen e Keyla (Figura 3). As temáticas davam continuidade aos recursos comunicativos de *Malhação: Viva a Diferença*, mas também aprofundavam assuntos ligados ao início da vida adulta. No X, os fãs repercutiam os desdobramentos do universo ficcional e correlacionavam o metatexto com a realidade a partir de acontecimentos factuais e de experiências pessoais.



Figura 3. Temas sociais abordados nos arcos narrativos das protagonistas durante as três temporadas de *As Five*. Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Para este artigo iremos analisar os contextos conversacionais do X relacionados aos seguintes temas: racismo, *burnout*, maternidade solo, orientação sexual e sexualidade. A seleção da amostra se justifica pela recorrência das questões sociais que mais geraram repercussão na rede social durante a exibição da trama⁹.

⁹ Como cada *tweet* que compõem a amostra poderia integrar mais de um contexto conversacional, optamos por apresentar a porcentagem das recorrências, para evitar a duplicação das métricas finais. Orientação Sexual (12,6%), Preconceito (2,5%), Desigualdade Social (5,2%), Xenofobia (2,1%), Alcoolismo (2,3%), Feminismo (3,9%), Cyberbullying (1,6%), Capacitismo (1,3%), Sexualidade (7,8%), Racismo (25,8%), Burnout (20,7%), Maternidade Solo (12,9%), Desemprego (1,3%).

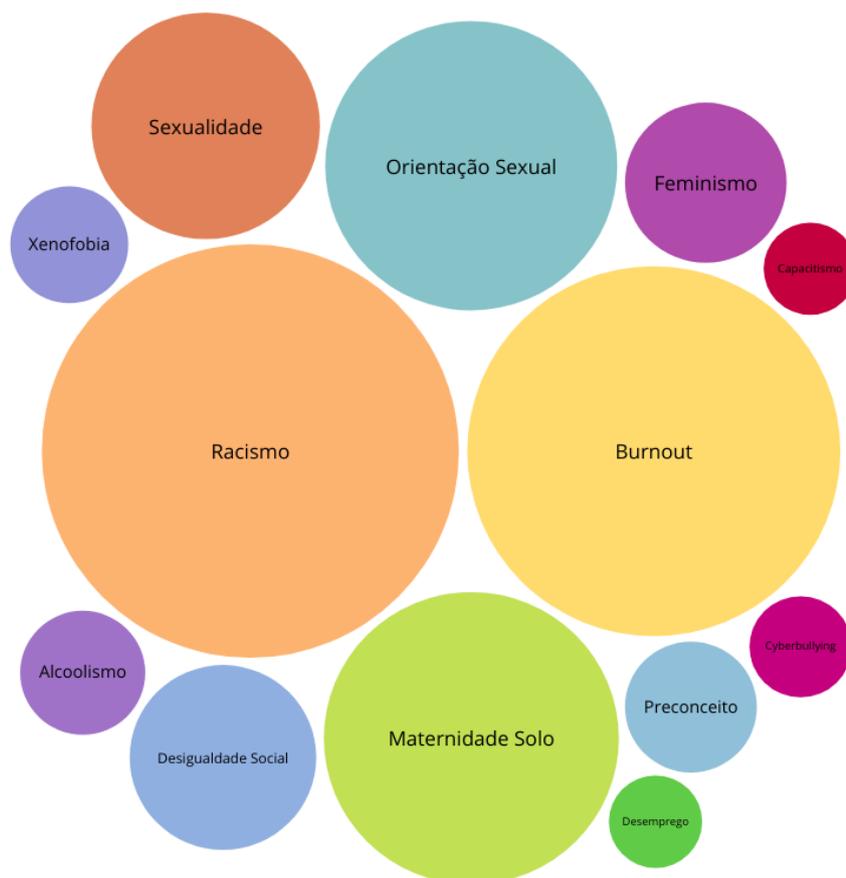


Gráfico 1. Recorrência dos temas sociais nos contextos conversacionais gerados pelos fãs no X durante as três temporadas de *As Five*. Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Desde a exibição de *Malhação: Viva a Diferença*, as discussões sobre o racismo integram o arco narrativo de Ellen, ao longo da telenovela a personagem protagonizou várias cenas em que pontuava didaticamente para o público as discriminações que sofria no ambiente escolar. Em *As Five*, a jovem quebra estereótipos recorrentes na TV brasileira ao ocupar um posto de liderança no trabalho e ser altamente qualificada como profissional.

Nos *tweets* compartilhados pelos fãs no X os telespectadores interagentes¹⁰ ressaltavam o modo como a personagem era construída, indo além das discussões sobre o racismo (Figura 4). O público pontuava que Ellen integrava narrativas que no contexto da televisão nacional são raramente protagonizadas por atrizes pretas. Outro ponto repercutido pelos fãs na rede social era a relação parassocial com a personagem, a partir dos desdobramentos dos episódios o público compartilhava suas histórias, destacando a verossimilhança da trama e a forma como se identificavam com as situações vividas pela jovem na série (Figura 4).

¹⁰ O termo telespectador interagente é usado, para designar o público que interage (propaga, retuíta, produz conteúdo, responde às enquetes, etc.) com o universo ficcional (Borges *et al*, 2019).



Figura 4. Os fãs repercutem sobre o modo como o arco narrativo de Ellen vai além das discussões sobre o preconceito e compartilham experiências pessoais semelhantes às vividas pela personagem. Fonte: X (2024)

O arco narrativo de Ellen também fomentou debates entre os fãs em torno da exaustão profissional (Figura 5). No *plot* a personagem é hospitalizada após tomar remédios e estimulantes para cumprir um *deadline* do mestrado. Os telespectadores interagentes refletiram sobre a importância de estabelecer um limite entre o trabalho e vida pessoal e, a partir de capturas da cena, pontuavam que estava em choque com o estado da personagem. As publicações também destacavam como os sintomas de exaustão extrema, estresse e esgotamento físico podem, muitas vezes, passar despercebidos (Figura 5).

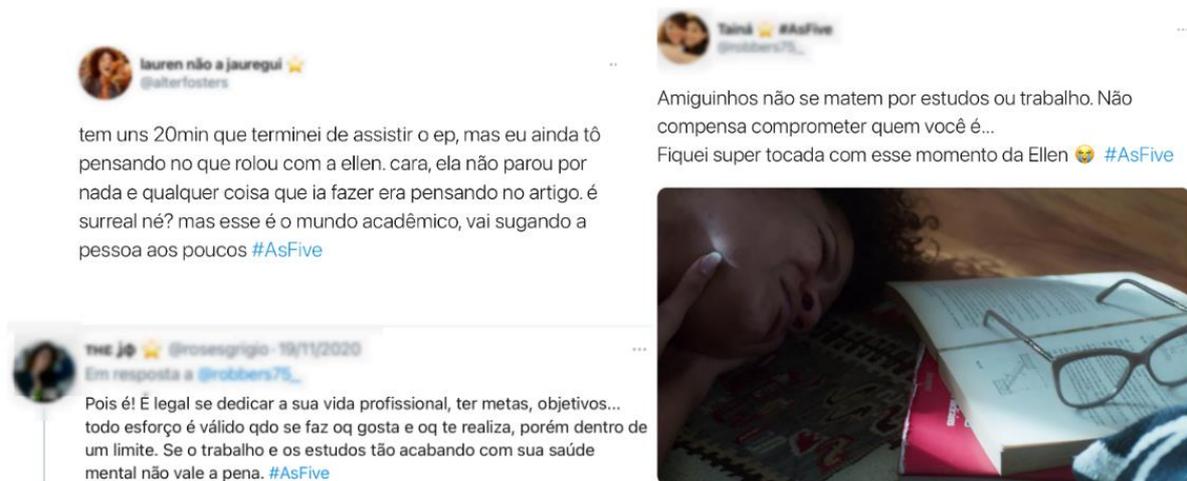


Figura 5. O burnout de Ellen gerou debate entre os telespectadores interagentes, os tweets pontuaram a importância da saúde mental. Fonte: X (2024)

A maternidade solo é um dos principais temas sociais de *Malhação: Viva a Diferença*, a temática é o ponto de partida para o encontro de Lica, Tina, Bene, Ellen e Keyla no primeiro capítulo da telenovela. Com o nascimento de Tônico, a discussão avança abordando diversas questões que tangem o assunto tais como a romantização, a culpabilização, a rede de apoio, a disparidade na divisão de cuidados, etc. Em *As Five* o arco narrativo de Keyla é ampliado, discutindo principalmente as

dificuldades tanto financeiras quanto para equilibrar o trabalho e as responsabilidades de cuidado com o filho. No X os fãs repercutiam o preconceito e os julgamentos sociais sofridos pela personagem, que muitas vezes tinha que omitir a existência de Tônico para ter oportunidades profissionais (Figura 6). Os telespectadores interagentes discutiam na rede social como a condição financeira e desigualdades de gênero, no que diz respeito à distribuição de responsabilidades parentais, são pontos importantes no arco da personagem. A partir de capturas das cenas e publicação dos diálogos o público ampliava as discussões propostas pela série.



Figura 6. No X os fãs elogiaram a verossimilhança do arco narrativo de Keyla, a partir das cenas das personagens o público destacou a importância do tema. Fonte: X (2024)

O recurso comunicativo em torno de grupos minoritários, principalmente ligados às pessoas LGBTQIA+, se configura como um fator norteador no engajamento dos fãs da trama. Conforme analisamos em trabalhos anteriores (Sigiliano & Borges, 2021; Borges *et al*, 2021) o casal Limantha, formado por Lica e Samantha, foi repercutido por fãs no Brasil e de outros países, sendo um dos responsáveis pela produção do *spin off*. Neste sentido, os contextos conversacionais codificados ressaltam as discussões dos telespectadores em torno da representatividade. Os *tweets* repercutiam que a abordagem narrativa de Limantha se distanciava de estereótipos e arquétipos, não reduzindo as jovens às representações simplistas e estigmatizadas (Figura 7). O público também contrapunha o modo como o casal foi desenvolvido em *Malhação* em *As Five*, destacando que na telenovela, por conta da faixa de horário, as personagens não trocavam carícias e/ou beijos como os casais heterossexuais (Figura 7). Elementos como a fotografia, a composição imagética, o enquadramento e a trilha sonora eram detalhados pelos fãs, sendo que os *tweets* analisavam como os recursos contribuíam para o desenvolvimento do arco.



Figura 7. A orientação sexual de Lica e Samantha foi analisada pelos fãs em diversos momentos de *As Five*, os telespectadores interagentes destacam a forma como o arco narrativo foi desenvolvido e a quebra de estereótipos. Fonte: X (2024)

Por fim, a partir do arco narrativo de Bene os fãs debateram sobre a educação sexual (Figura 8). Os *tweets* elogiavam a forma como o tema foi abordado na série, contribuindo para a quebra de tabus em torno da sexualidade, explorando uma visão mais aberta e responsável sobre o corpo, além de encorajar uma relação saudável com o próprio prazer.



Figura 8. Os fãs ressaltam a importância da discussão sobre a educação sexual na série e abordagem do tema. Fonte: X (2024)

Os fãs também ressaltaram que a participação de profissionais mulheres nas equipes criativas da trama contribuíram positivamente para a abordagem do assunto, distanciando as sequências de um viés sexista e fetichista.

6. Considerações Finais

Conclui-se que as escolhas criativas e os enquadramentos técnico-estéticos de *As Five* desempenham um papel significativo nas discussões dos fãs no X. A série, ao abordar temáticas contemporâneas e sociais, reforça o caráter pedagógico da ficção seriada contemporânea. Ao apresentar narrativas de qualidade sobre juventude, diversidade e questões de gênero, a produção contribui para a reflexão crítica do público, que passa a debater e interpretar essas temáticas sob diferentes perspectivas na rede social.

Deste modo, assuntos como o combate ao preconceito, a inclusão de grupos minoritários na mídia e o aprofundamento do debate sobre o espectro da sexualidade ganham mais visibilidade entre os fãs. O engajamento dos telespectadores interagentes, ao amplificar essas pautas, fomenta discussões que podem influenciar o desenvolvimento de políticas públicas voltadas à representatividade e à defesa dos direitos de minorias sociais (Borges *et al*, 2023). As práticas da cultura de fãs desempenham um importante papel no ativismo de jovens brasileiros em torno de pautas políticas como, por exemplo, as campanhas #FandomsPeloVoto e #CriançaNãoÉMãe.

Conforme analisamos anteriormente, a partir dos temas discutidos no mundo ficcional criado por Cao Hamburger o público não só estabelece uma correlação entre a ficção e a realidade, como também aplica as temáticas da trama em outros contextos sociais, culturais e políticos (Borges; Sigilliano, 2020). Ao retratar e refletir sobre as realidades vividas por muitos jovens da Geração Z, *As Five* vai além do entretenimento, desempenhando uma ação pedagógica relevante que corrobora com o conceito de recurso comunicativo proposto por Lopes (2009). Nesse sentido, a trama engendra um espaço de debate entre os fãs no X em que a *timeline* da rede social se torna um espaço para questionar normas estabelecidas e abrir diálogos sobre questões como a sexualidade, a maternidade solo e o preconceito.

As Five exemplifica o papel da ficção seriada de qualidade em atuar como um vetor pedagógico, mobilizando fãs a não apenas discutir sobre os episódios distribuídos pelo Globoplay, mas também a utilizar os arcos narrativos das personagens para promover diálogos em esferas mais amplas. Para futuros trabalhos pretendemos aprofundar as discussões epistemológicas envolvendo a literacia do fã, reforçando a reflexão sobre a cultura pop e a literacia midiática.

Agradecimentos

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDP/04019/2020

Referências

- Baccega, M. A. (2003). Narrativa ficcional de televisão: encontro com os temas sociais. *Comunicação & Educação*, (26), 7-16. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p7-16>
- Becker, B., & Pinheiro Filho, C. D. M. (2011). No estranho planeta dos seres audiovisuais: diálogos possíveis entre televisão e educação. *Famecos*, 18(2), 490-506. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2011.2.9471>
- Borges et al (2021) As Five: qualidade e a competência midiática na criação audiovisual e na produção criativa sobre a série em tempos de Covid-19. In M. I. V. Lopes & L. A. P Silva (Org.), *Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19* (pp. 37-58) Sulina
- Borges, G. (2014). *Qualidade na TV pública portuguesa: Análise dos programas do canal 2*. Editora da UFJF.
- Borges, G. et al. (2023). # FandomsPeloVoto (# FandomsfortheVote): Fan Activism for Youth Voter Engagement in the 2022 Brazilian Elections. *Palavra Chave*, 26(4), 1-28. DOI: <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.4.4>
- Borges, G., & Sigiliano, D. (2020). Malhação-Viva a diferença: ampliação e ressignificação do shipp Limantha no Twitter. *RuMoRes*, 14(28), 77-102. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.174323>
- Borges, G., et al. (2019). The construction of fictional worlds by the fandom Limantha based on the telenovela Malhação: Viva a Diferença. In M. I. V. Lopes (Org.), *World Building in Brazilian TV Fiction*. (pp. 85-108) Sulina
- Borges, G., et al. (2022). *A qualidade e a competência midiática na ficção seriada contemporânea no Brasil e em Portugal*. Grácio Editor.
- Bruns, A.; Moe, H. (2013) Structural layers of communication on Twitter. In K. WELLER, et al. (orgs.). *Twitter and Society*. (pp. 15-28) Peter Lang
- Carneiro, V. L. Q. (1999a). *Castelo Rá-Tim-Bum: o educativo como entretenimento*. Annablume.
- Carneiro, V. L. Q. (1999b). Programas educativos na TV. *Comunicação & Educação*, (15), 29-34. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i15p29-34>
- Estrela, A. (1992). *Pedagogia, ciência da educação?*. Porto Editora
- Fechine, Y. et al (2020). Merchandising social transmídia na Rede Globo: uma análise da temática LGBTQIA+ em Malhação. *RuMoRes*, 14(28), 103-125. <https://bit.ly/3YOWPyu>
- Fischer, R. M. B. (2002). O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e pesquisa*, 28, 151-162. <https://bit.ly/3N2HbdF>
- Franzke, A. S. et al. Internet Research: Ethical Guidelines 3.0 *Association of Internet Researchers. Association of Internet Researchers (AOIR)*, On-line, 2020. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Fischer, R. M. B. (2017). *Televisão & educação-fruir e pensar a TV*. Autêntica.
- Ghiraldelli Jr. (2006). *O que é Pedagogia*. Editora Brasiliense
- Gómez, J. I. A. (2008). Telespectadores inteligentes. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, 51-64. <https://bit.ly/47Ify2V>
- Jenkins, H. (2015). *Invasores do texto: fãs e cultura participativa*. Marsupial.
- Livingstone, S. (2007). *Making sense of television – The psychology of audience interpretation* (2ª ed.). Nova York: Routledge.
- Lopes, M. I. V. de (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *Matrizes*, 3(1), 21-47. <https://bit.ly/3Z4gLpT>
- Portilho, E. (2009). *Como se aprende? Estratégias, estilos e metacognição*. Wak
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Sulina

Reia Baptista, V. M. (2002) *A pedagogia dos media - a dimensão pedagógica dos media na pedagogia da comunicação: o caso do cinema e das linguagens fílmicas*. [Unpublished doctoral dissertation]. Universidade do Algarve - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Sigiliano, D. (2024) *Literacia midiática: a compreensão crítica e a produção criativa no universo ficcional de Euphoria*. [Tese de Doutorado] Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Programa de Pós-graduação em Comunicação. <https://bit.ly/3zZ0gdk>

Sigiliano, D., & Borges, G. (2021). Creative production of Brazilian telenovela fans on Twitter. *Transformative Works & Cultures*, 35. DOI: <https://doi.org/10.3983/twc.2021.2077>