

# Velho Chico: narrar para audiências desatentas — dilemas e desafios

Antonio Hélio Junqueira

*Pós-doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo (CNPq-ESPM). Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP); mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM); professor e pesquisador da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), da USP (Escola do Futuro/Observatório da Cultura Digital) e da ESPM.*

*E-mail: helio@hortica.com.br*

Maria Aparecida Baccega

*Professora livre-docente pela Universidade de São Paulo (USP). Decana, docente e pesquisadora do PPGCOM-ESPM, São Paulo, coordenadora do Grupo CNPq de Pesquisa em Comunicação, Educação e Consumo: as interfaces na teleficção (ESPM).*

*E-mail: mabga@usp.br*

**Resumo:** O viver contemporâneo — imbricado em redes de hiperconexão e exacerbada mediatização das relações sociais e das intimidades — introduz e estabelece novos modos de convivência entre audiência e produtos culturais. Aí, a telenovela, principal produto ficcional de consumo massivo no Brasil, molda-se a novos modos do ver: desatentos e multifocais. Aviltam-se a imagem e o silêncio, ao mesmo tempo que se impõem novos desafios às narrativas, em sua experimentação das possibilidades sociais da visão e da transformação social da realidade vivida. O presente artigo discute a recente experiência da exibição, no Brasil, da telenovela *Velho Chico*, pela Rede Globo de Televisão, bem como alguns de seus desdobramentos junto à audiência, enquanto proposta estética e narrativa profundamente inovadora frente a produtos culturais congêneres.

**Palavras-chave:** comunicação; educação; teleficção; recepção; imagem.

**Abstract:** The contemporary living — imbricated in networks and heightened media coverage of social relations and intimacies — introduces and establishes new ways of coexistence between audience and cultural products. The telenovela, the main fictional product of mass consumption in Brazil, shapes up according to new point of views that are heedless and multifocal. Images and silence are debased at the same time that hard challenges are imposed to the narrative, all of it testing the social possibilities of different points of view and the social transformation of our reality. This article discusses the recent exhibition of *Velho Chico*, a Brazilian telenovela produced by Globo Television Network — how it was received by the audience, its social developments as a deeply innovative narrative and aesthetic project when compared to similar cultural products.

**Keywords:** communication; education; telefiction; reception; image.

Recebido: 05/10/2016

Aprovado: 15/01/2017

## 1. INTRODUÇÃO

Assistir à televisão — e mais especificamente à telenovela —, é ação que representa, na contemporaneidade, revalorização e também reconfiguração das experiências socialmente compartilhadas no convívio na intimidade dos lares. Se, por um lado, a experiência do compartilhamento, do “assistir juntos” às grades de programação das emissoras, típicas do convívio doméstico de décadas passadas, perdeu seu espaço de centralidade nas salas residenciais — dadas as evidentes alterações nos padrões da organização cotidiana da economia e da vida domiciliares e da própria composição das famílias —, por outro, hoje o espaço da socialização motivada pelo consumo compartilhado de produtos culturais televisivos se recompõe ao migrar, em parte, para as mídias sociais *on-line*, especialmente as redes digitais, como o Facebook e o Twitter, entre outras. Trata-se da consolidação de um novo modelo de interação entre emissoras e suas audiências, a que, a partir do trabalho de Jenkins<sup>1</sup>, passamos a chamar de convergência midiática. Nela, viabilizam-se novas relações não apenas de disputas entre múltiplas mídias — o que Jost<sup>2</sup> chama de “lutas intermédias” —, mas também de coexistência e sinergias. No aqui e agora, o consumidor já não mais depende necessariamente dos horários disponibilizados pelas emissoras, em suas grades de programação, para ter acesso e usufruir dos produtos culturais e conteúdos televisivos e pode, a qualquer momento e em quase todo lugar, não apenas assistir a, mas também conectar-se, comentar, interagir e participar da fruição social dos produtos teleficcionais.

Contrariamente ao que muitos teóricos, quiçá precipitados e apocalípticos — para parafrasear Eco<sup>3</sup> —, tenham previsto em direção a um colapso da televisão e sua morte iminente frente a uma pretensa canibalização entre mídias, posta pela massificação da internet, em realidade assistimos à transformação e à reconfiguração das relações entre elas. Estamos, portanto, reconhecendo não apenas a existência, mas também a relevância da *Social TV*<sup>4</sup>, enquanto espaço do resgate e da revalorização da socialização da experiência de compartilhar conteúdo em múltiplas telas, nas quais as audiências podem produzir e distribuir opiniões, críticas, sentidos e valores a partir de narrativas postas em circulação pelas obras televisivas.

Interpretações díspares, disputas e controvérsias ganham corpo neste terreno, concretizam-se em intensas trocas via comunicação digital em redes sociais e contribuem para conduzir ao sucesso ou insucesso das próprias propostas narrativas das telenovelas. De fato, no cenário televisivo brasileiro contemporâneo, raramente a discussão pública sobre índices de audiência dos produtos culturais chegou a ganhar tanta penetração e destaque como na recente experiência da exibição de *Velho Chico*<sup>5</sup>.

Dividido entre, por um lado, parcelas decididamente favoráveis às propostas estéticas e narrativas diferenciadas dessa telenovela, e, por outro, grupos arredios e aflitos para um breve desfecho do folhetim, o público desse produto cultural acompanhou atento o desenrolar do desempenho das métricas

1. JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

2. JOST, F. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? *MATRIZES*, v. 4, n. 2, São Paulo, USP, 2011.

3. ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.

4. SUMMA, G. *Social TV: The Future of Television in the Internet Age*. [TV Social: o futuro da televisão na era da internet]. Milan: IT Sloan School of Management, 2011; PROULX, M.; SHEPATIN, S. *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile* [*Social TV: como os comerciantes podem conquistar e engajar o público pela conexão da televisão com a web, mídia social e celulares*]. Nova Jersey: John Wiley and Sons, 2012.

5. JUNQUEIRA, A. H. Imaginário e memória na tessitura narrativa da telenovela “Velho Chico”: as mediações do cotidiano. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação — Intercom*, São Paulo, 5 a 9 de setembro de 2016.

auditadas de público, como se pode comprovar nos excertos seguintes: [“os críticos se baseiam só pela audiência, e não devíamos avaliar apenas audiência e sim o conteúdo da novela por completo (...) a novela peca na audiência mas acerta na qualidade do texto, nas impecáveis atuações e na excelente produção”; “Esquece audiência e aprecia a beleza!”; “A audiência é o de menos!”; “Não sei o que falta para aumentar a audiência, mas será que é só isso que importa?”; “esperando o dia que não iram (sic) ligar pra audiência e sim em oferecer um ótimo produto aos telespectadores!”; “quando não tem ibope eles começam a botar tanta coisa desnecessária, cenas de sexo, muita briga, odeio isso”; “Tô pouco me lixando para essa audiência, a novela é um primor, pra isso uma palavra basta kkkkk!”; “Eu acho que esse negócio de audiência é tudo exagero da imprensa. A imprensa exagera demais”].

Para as emissoras, há nisto menos o que se temer e mais o que se aproveitar, na medida em que o fenômeno comporta o revigoramento da prática do “assistir juntos”, do compartilhar, do trocar e construir/reconstruir valores, sentidos e identidades. Por isso mesmo, assistimos, de forma crescente, às iniciativas postas em prática pelas próprias emissoras para a promoção do engajamento ativo de público e de fãs, quer seja através de *fan pages* e perfis institucionalizados, quer seja através do fomento e promoção de blogueiros e produtores e circuladores de conteúdo digital, considerados portadores de autoridade, ou seja, de grande poder de influência nas redes sociais digitais<sup>6</sup>.

## 2. VELHO CHICO: RENOVAÇÃO NARRATIVA DA TELEFICÇÃO CHEGA AO PRIME TIME

Criada para o horário das 21 horas da Rede Globo de Televisão por Benedito Ruy Barbosa e Edmara Barbosa, a telenovela *Velho Chico* foi escrita por Edmara e Bruno Luperi, sob supervisão de Benedito, com a colaboração de Luís Alberto de Abreu, direção de Carlos Araújo, Gustavo Fernandez, Antônio Karnewale, Philippe Barcinski e Luiz Fernando Carvalho, também diretor artístico. A trama se inicia no interior da Bahia, na fictícia localidade de Grotas de São Francisco, nos anos da década de 1960, e articula uma narrativa da vida social, econômica e cultural comandada pelo rio São Francisco, conferindo protagonismo ao elemento geográfico.

Desde sua estreia, a telenovela *Velho Chico* surpreendeu seu público telespectador pelo inovador e ousado formato narrativo, no qual se distingue das tradicionais produções já estabelecidas, no Brasil, para o gênero. Entre seus elementos distintivos mais importantes, destacam-se<sup>7</sup>: I) a experimentação fotográfica, que se aproxima da linguagem cinematográfica, especialmente no que diz respeito ao tratamento da luz e das texturas das cores e imagens; II) a exploração dos detalhes e excessos da estética barroca conforme consagrada no cinema pelo cineasta italiano Luchino Visconti (1906-1976); III) a adoção

6. LIMA, C. A. R.; CALAZANS, J. H. C. A gente se vê pela rede: cultura de fãs e participação online na minissérie #Felizesparasempre, *Contemporânea Comunicação e Cultura*, v. 14, n. 2, pp. 171-192, UFBA, 2016.

7. Junqueira, op. cit.

de um ritmo narrativo lento, pausado, propositalmente focado na revalorização do tempo exigido para o olhar do público.

A pesquisa se utilizou de abordagens metodológicas qualitativas baseadas na coleta e análise de excertos de textos publicados em grupos de fãs e telespectadores no Facebook, a saber: I) “Novela Velho Chico — Grupo fechado”<sup>8</sup>; II) “Velho Chico — novela da Globo — Programa de TV”<sup>9</sup> III) “Novela Velho Chico /Programa de TV”<sup>10</sup> e IV) Novela Velho Chico — Grupo fechado<sup>11</sup>.

### 3. NOVOS MODOS DE VER: INTERPRETANDO NOVOS DESAFIOS

Ao debatermos e analisarmos os novos modos de integração entre as mídias, especialmente entre a TV e a internet — leiam-se redes sociais *on-line* — estamos sempre nos atendo às convergências, às sinergias, às superações das previsões mais pessimistas sobre a sobrevivência da TV e das telenovelas, frente à ascensão e massificação da conexão global digital entre computadores. Não podemos, contudo, deixar de registrar que esta discussão tem ocupado certa centralidade e até mesmo certo otimismo redutor das questões realmente significativas sobre o papel da telenovela no agenciamento coletivo das memórias, na construção das identidades e no discurso sobre os problemas do país<sup>12,13</sup>.

Se, por um lado, a internet não fez naufragar a mídia televisiva e o seu principal produto cultural — a telenovela —, por outro, também não eliminou dilemas e desafios para a produção narrativa teleficcional contemporânea, reproduzidos pela permanência dos tradicionais modelos de sustentação da economia política da televisão, e da teleficação em particular.

Evidentemente, não pretendemos afirmar que o fenômeno de assistir à televisão e à telenovela com a atenção flutuante em múltiplas e rotineiras ações seja decorrente da era digital e das conexões que a internet promove, viabiliza e incentiva. Pelo contrário, sabemos que o espaço doméstico ocupado pela televisão é o espaço da reprodução da força de trabalho e, portanto, compartilhado com o preparo das refeições, com o cuidado dos filhos, das roupas, dentre tantas outras atividades corriqueiras. É um tempo no qual se inserem “o ritmo fixo, a repetição, a rigorosa regularidade”<sup>14</sup>. Trata-se de um ambiente onde toda categoria de ação e de pensamento manifesta-se e funciona exclusivamente enquanto imprescindível para a simples continuação da própria cotidianidade, sem “profundidade, amplitude ou intensidade especiais, pois isso destruiria a rígida ordem da cotidianidade”<sup>15</sup>. O cotidiano é, assim, marcado pelas ações e pensamentos pragmáticos, que não se elevam ao plano da teoria, pois que aí não há lugar para a práxis. Em realidade, constitui-se pelos estereótipos, pelas imitações e pelas ultrageneralizações, dos quais não pode abrir mão.

Nesse contexto, ao propor uma obra crítica, reflexiva, exigente do espaço da atenção, os autores e diretores de *Velho Chico* instigam e provocam conscientemente ou inconscientemente, uma quebra do estabilizado, da recepção sossegada,

8. Disponível em: <www.facebook.com/groups/1530580797229569/?fref=ts>. Acesso em: 05 out. 2016.

9. Disponível em: <www.facebook.com/groups/1541728412821703/?fref=ts>. Acesso em: 05 out. 2016.

10. Disponível em: <www.facebook.com/groups/1676711822577092/?fref=ts>. Acesso em: 05 out. 2016.

11. Disponível em: <www.facebook.com/groups/509825392522392/0>. Acesso em: 05 out. 2016.

12. BACCEGA, M. A. Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos. In: LOPES, M. I. V. de (org.). *Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais*. Porto Alegre: Sulina, 2011; \_\_\_\_\_. Narrativa ficcional de televisão: encontro com temas sociais, *Comunicação & Educação*, n. 26, pp. 7-16, São Paulo, 2003.

13. LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação, *Comunicação & Educação*, n. 26, pp. 17-34, São Paulo, 2003; \_\_\_\_\_. Telenovela como recurso comunicativo, *MATRIZES*, ano 3, n. 1, ago./dez., pp. 21-47, 2009; MACHERY, P. *Para uma teoria da produção literária*. Lisboa: Estampa, 1971.

14. HELLER, A. *O cotidiano e a história*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 30.

15. Idem, p. 31.

do torpor e da mera repetição, do sempre mais do mesmo. Há, assim, um enfrentamento daquilo que se estabilizou como a linguagem consagrada da própria televisão, ou, como no dizer de Beatriz Sarlo, da própria “televisibilidade”, entendida como o “fluido que dá consistência à televisão e assegura um reconhecimento imediato por parte do público”<sup>16</sup>. Essa autora, analisando a sociedade argentina no início dos anos 2000, já chamava a atenção para a instituição da linguagem do que ela chamou de “televisibilidade”, ou seja, de um modo específico de produzir conteúdo multifacetado e superficial, que ao mesmo tempo em que superabunda em imagens, esvazia-lhes o sentido. E que avilta, simultaneamente, tanto a imagem, quanto o silêncio.

Trata-se da linguagem do fazer televisivo — fundamentado na economia política da televisão brasileira contemporânea —, e que é, também, sensivelmente afetada pela reformatação digital das relações sociais e dos modos do existir cotidiano conectado. À linguagem já instituída da televisão se soma a fragmentação do olhar e da atenção, inviabilizando a narração mais lenta, mais valorativa da imagem, do tempo do silêncio, da pausa e da reflexão, necessárias para o adensamento analítico e para a elevação da consciência. E o público sente este estranhamento.

Em *Velho Chico*, o trabalho exigido do telespectador na ativação e reconstrução da memória socio-histórica recente — de um tempo vivido do qual, em muitos casos, participou pessoalmente —, demanda uma alteração no ritmo do desenvolvimento da narrativa teleficcional, que se torna mais lenta, arrastada e que, em certa medida, instaura na tela a temporalidade própria do rural e da vida comandada pelas morosas alterações dos fluxos do rio. Parte da audiência saudará esse deslocamento narrativo, afirmando-se cansada das tramas urbanas conturbadas, violentas, velozes e barulhentas do eixo Rio-São Paulo. São telespectadores que se mostrarão dispostos à experiência da rememoração das tramas rurais, de reconstituição de época e desterritorializadas do universo geográfico conhecido e cotidiano da maioria [“chega de favela, funk e as paisagens cansativas do rio, o brasil é muito mais que isso, novelas de época sempre fazem sucesso e essa está sendo o melhor início de novela que já vi”].

Interessante observar nas manifestações dos próprios telespectadores internautas acompanhados, a expressão do entendimento de que *Velho Chico*, em sua proposta narrativa, solicita uma retomada da postura de centramento e foco da audiência na própria tela da televisão, em contraposição às práticas contemporâneas do assistir distraidamente aos produtos ficcionais, muitas vezes compartilhando uso simultâneo de outras telas. Dessa perspectiva de entendimento, conforme manifestada por fãs e telespectadores, a telenovela passa a exigir uma fruição visual, pausada, centrada, lenta e exclusiva, na qual as imagens ganham relevância frente à oralidade dos diálogos [“Cada cena é produzida de forma tão saborosa que o texto acaba ficando em segundo plano — por enquanto é uma novela mais para ser vista que ouvida”]; “ficamos acostumado a ver novela mexendo no celular, fazendo coisas e tal, e aqui não temos q parar e ver e hoje com a correria anda difícil, por isso alguns implicam ainda mais né?”; “Novela

16. SARLO, B. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*; tradução Sérgio Alcides. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004, p. 67.

é um entretenimento? Ok, mas não é reality, tem sim a função de informar, de contar histórias, e sim essa é uma história rústica, bruta, lenta, afinal em 68 não havia celular né?”].

Por outro lado, desacostumada dessa lentidão, outra parcela reclamará incomodada do ritmo lento do desenrolar da trama novelística, clamando pelo retorno de mais ação e velocidade, com as quais melhor se identifica [“não é questão de não prestar atenção, é q nós estamos acostumando às tramas ágeis, urbanas e tal e nelas podemos fazer várias coisas ao mesmo tempo e em *Velho Chico* temos que apreciar, olhar e prestar atenção, se não nos perdemos”]. A expressão de tais opiniões nas redes sociais não ficará, contudo, alheia à crítica daqueles que apoiam a opção narrativa adotada pelos autores e diretores [“Sobre a malemolência da novela continuo dizendo: é uma novela para se degustar! É contemplativa. Não queira que seja apenas para engolir, ela não está e espero que não seja entregue a nós já mastigada. A novela é cheia de segredo nas entrelinhas. O Luiz não dá tudo de mão beijada, ele não vomita no seu público. Esta novela não é pra gente preguiçosa”].

A alta qualidade da produção artística, prontamente reconhecida pelo público, será outro elemento distintivo da produção de *Velho Chico*. Na maior parte das vezes, tais elementos serão motivo de demorados elogios [“Carvalho une magistralmente o teatro, o cinema e a TV... os closes, a fotografia, o corte das imagens... Tudo perfeito”]. Observa-se, junto à parte da audiência, o entendimento de que as diferenciações estéticas e técnicas adotadas pela produção da telenovela aproxima sua linguagem à do cinema, por eles próprios considerada mais lúdica e marcada por uma narrativa cênica mais centrada na exploração morosa do deslocamento da câmera, desde os enquadramentos mais panorâmicos das paisagens, até a exploração dos mais simples detalhes cenográficos e estilísticos da caracterização dos cenários e das personagens.

As expressões, em redes sociais, de telespectadores e fãs da telenovela analisada, deixam perceber, também, a presença daqueles que não apreciam o uso de tais recursos narrativos. Para esses, há excessos, exageros e isso prejudica o ritmo de sua fruição do produto teleficcional [“O começo tava tão lúdico e enfeitado demais que eu nem consegui assistir. Agora parece que está melhorando. É aquela história do pouco é muito. Tava muito exagerado”; “As roupas, a decoração, as cenas, o jeito das pessoas falarem, tudo estava muito exagerado. Agora tá ficando mais leve de se ver”].

Frente a essas diferentes e contraditórias percepções, instaura-se nas páginas digitais acompanhadas, certa polêmica, desenvolvida à guisa de incipiente debate, envolvendo fãs e telespectadores. Por um lado, alguns apontarão as limitações de parte do público no entendimento, interpretação e fruição de tais propostas e investidas técnicas [“é uma pena que o público está cada vez menos entendendo a técnica de fazer televisão, a proposta do autor, diretor...Prefere o de fácil entendimento!”; “Temo que uma certa rejeição de um público que não entenda essa poética faça com que a Globo pressione a equipe da novela a torná-la simplória visando audiência”; “O tom lúdico requer sensibilidade dos

telespectadores, e isso infelizmente, é raro”]. Outros, por sua vez, manifestarão sua radical condenação dessa abordagem adotada pela produção teleficcional [“Este ar teatral é muito confuso...”; “há um excesso de trilha sonora que chega a cansar o telespectador”; “a cena em que o sertanejo tenta erguer a vaca, é de uma riqueza tão grande, que ali, bastava o som, da corda, os sons naturais do ambiente. Essa é minha sugestão, diminuir as trilhas e deixar que as cenas falem por si só”; “Gente achei os cenários muito escuros, excesso de trilha sonora. Acho a novela cansativa”].

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de comentários publicados nas *fan pages* do Facebook citadas nesta pesquisa, permite-nos avançar em algumas considerações relevantes para o entendimento dos dilemas e desafios contemporâneos para a construção das narrativas teleficcionais brasileiras. Destacam-se, de início, importantes dificuldades na recepção das propostas cenográficas e sonoras necessárias à representação da temporalidade e da espacialidade do rural e da organicidade da vida comandada pelos caprichos dos fluxos das águas de um rio — protagonista de *Velho Chico*. Tais problemas narrativos decorrem, por um lado, do condicionamento histórico das audiências aos excessos de ação, de velocidade, de barulho, dos diálogos fáceis e das simplificações estéticas. Por outro, complicam-se e avolumam-se frente às novas práticas de assistir à televisão e aos seus produtos em conexão simultânea com outras telas, que fragmentam e dispersam a atenção.

Nesse contexto, novas propostas narrativas como a presente em *Velho Chico* — técnica e esteticamente mais elaboradas e exigentes para a sua competente fruição — trazem desestabilização ao ambiente de produção e consumo de telenovela no Brasil contemporâneo, onde a própria permanência da telenovela em exibição é sujeita aos escrutínios e às aferições constantes dos termômetros de audiência e aceitação do produto cultural.

Para Jameson<sup>17</sup>, a visão é uma experiência socialmente construída. Portanto, ela pode ser reeducada, reconfigurada, elevada à experimentação de novas formas não apenas da fruição estética, mas também de elevação da consciência e de experimentação de novas formas de interpretação da realidade-mundo.

Ainda que por um breve período, *Velho Chico* foi capaz de renovar e reavivar a narrativa teleficcional nacional, recuperando o papel da imagem e da memória enquanto instâncias prenes de significações e sentidos sociais. Instaurou novos estímulos e acordou percepções embotadas. Nesse sentido, reafirmou o espaço da telenovela como o de experiência portadora de brechas e renovações do discurso social, viabilizando nossos espaços possíveis para a práxis e a reflexão no cotidiano, mas acima de seus cerceamentos e limitações.

17. JAMESON, F. *Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, M. A. Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos. In: LOPES, M. I. V. de (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergências, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. Narrativa ficcional de televisão: encontro com temas sociais, **Comunicação & Educação**, n. 26, pp. 7-16, São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_. Ressignificação e atualização das categorias de análise da “ficção impressa” como um dos caminhos de estudo da narrativa teleficcional. In: BACCEGA, M. A.; OROFINO, M. I. R. BACCEGA, M. A. (orgs.). **Consumindo e vivendo a vida: telenovela, consumo e seus discursos**. São Paulo: PPGCOM. ESPM, Intermeios, 2013. pp. 27-48.

BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1971.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

JAMESON, F. **Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, F. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, v. 4, n. 2. São Paulo, USP, 2011.

JUNQUEIRA, A. H. Imaginário e memória na tessitura narrativa da telenovela “Velho Chico”: as mediações do cotidiano, **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação — Intercom**, São Paulo, 5 a 9 de setembro de 2016.

LIMA, C. A. R.; CALAZANS, J. H. C. A gente se vê pela rede: cultura de fãs e participação online na minissérie #Felizesparasempre, **Contemporânea Comunicação e Cultura**, v. 14, n. 2, pp.171-192, UFBA, 2016.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação, **Comunicação & Educação**, n. 26, pp. 17-34, São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_. Telenovela como recurso comunicativo, **MATRIZES**, ano 3, n.1, ago./dez., p. 21-47, 2009.

SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

SHEPATIN, S. **Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile** [*Social TV: como os comerciantes podem conquistar e engajar o público pela conexão*]



da televisão com a web, mídia social e celulares]. Nova Jersey: John Wiley and Sons, 2012.

SUMMA, G. **Social TV:** The Future of Television in the Internet Age. [TV Social: o futuro da televisão na era da internet]. Milan: IT Sloan School of Management, 2011.