

Um olhar etnográfico sobre um novo lugar/ espaço de recepção da telenovela brasileira no transporte público na cidade de São Paulo

An ethnographic view on a new place of reception of the Brazilian soap opera in public transport in the city of São Paulo

Neide Maria de Arruda

Mestre em Ciência da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP), Pesquisadora no Grupo de Pesquisa Comunicação, Educação e Consumo: as interfaces na teleficação, da Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM. É professora da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação – FAPCOM.

Email: neide.arruda@fapcom.edu.br

Francisco Leite

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP), Brasil, com estágio doutoral na Università degli Studi di Trento e Università di Bologna (Itália). Pesquisador Associado do C4 - Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas da Escola de Comunicações e Artes da USP. Autor de Publicidade contraintuitiva: inovação no uso de estereótipos na comunicação (Appris, 2014).

Email: fcolete@usp.br

Submetido em: 10/08/2017

Aceito em: 01/10/2017

DOSSIÊ

RESUMO

Este trabalho apresenta um recorte dos resultados de uma investigação sobre o processo de recepção da telenovela brasileira exibida por uma nova categoria de *mídia digital móvel* – a out of home – no transporte público por ônibus da cidade de São Paulo. Neste trabalho, buscou-se identificar os tipos de experiências comunicativa, cultural, estética e social que emergem nesse novo lugar de assistência da teledramaturgia brasileira. Por meio da observação etnográfica, procurou-se conhecer como se dá a relação entre essa mídia digital móvel e suas audiências; salientando que essa nova forma de produção da telenovela (de fato, pós-produção) é exibida de forma condensada, sem áudio e com legenda. Entre outros resultados da pesquisa, verificamos que, nesse novo lugar de recepção, a telenovela é utilizada como “recurso comunicativo”, pois inúmeros passageiros do transporte coletivo compartilham e interagem sobre variados temas que fazem parte do contexto social e que estão inseridos nas novelas, acionando assim dispositivos de comunicação e de reflexão.

PALAVRAS-CHAVE: Recepção; narrativa transmídia; mídia digital móvel; telenovela brasileira; ônibus (São Paulo).

ABSTRACT

This paper presents a few results of an investigation into the process of reception of Brazilian telenovela in a new category of mobile digital media, the out of home, on São Paulo buses. We sought to identify the kind of communicative, cultural, aesthetic and social experiences that emerge in this new place of audience of Brazilian telenovela. Through ethnographic observation and collection of primary data, we tried to understand the relationship between this mobile digital media and its audiences, emphasizing that this new form of production of telenovela (in fact, post-production) is displayed in a condensed form, without audio and with subtitles. We verified that in this new place of reception, the soap opera works as a “communicative resource”, since many passengers of public transportation share and interact on various topics related to the social context and present in the telenovela plot, triggering devices of communication and reflection.

KEYWORDS: Reception; transmedia storytelling; mobile digital media; Brazilian telenovela; (São Paulo).

Introdução

É cada vez mais comum o aparecimento de novos tipos de mídia eletrônica, tornando mais complexo o “ecossistema midiático” (Scolari, 2008; Martín-Barbero, 1997 [2003]) no contemporâneo. E, simultaneamente, a circulação de conteúdos por meio de diferentes plataformas está permitindo o surgimento de novos lugares/espços e novas comunidades de receptores/consumidores. No mundo globalizado, a revolução nas comunicações se processa em ritmo tão frenético que é quase impossível acompanhar as mudanças que ela provoca no cotidiano das pessoas. Novas tecnologias e novos conhecimentos estão surgindo e se desenvolvendo tão aceleradamente que já não é possível a nenhum homem, por mais diligente que seja – e muito menos ao cidadão comum, destinatário médio da informação – vangloriar-se de ser versado em mais do que uns poucos aspectos da vida.

Priorizando este novo olhar para os vínculos entre comunicação, cultura e sociedade, este trabalho tem por objeto de estudo a recepção de telenovelas produzidas pela TV Globo, que também são exibidas por meio de uma nova categoria de *mídia digital móvel, a out of home*¹. O fio condutor da investigação que apresentamos neste trabalho pautou-senas proposições teóricas dos estudos da recepção de Martín-Barbero (1997 [2003], 1998, 2004); Lopes (1996, 2009a, 2009b, etc.); Motter (2003), articuladas com outros autores. Além disso, nos apoiamos nas propostas teóricas de Caiafa (2002, 2007) e Magnani (2002, 2009), entre outros, no que concerne aos estudos da cultura popular, hibridização, identidade e consumo culturais, comunicação e cultura do cotidiano e pesquisa etnográfica.

A transposição de narrativas de um meio para outro, de um suporte para outro, não é um fato novo – mas vem recebendo especial atenção dos estudiosos da comunicação, pois o surgimento de novas tecnologias digitais está acarretando a expansão e a convergência das narrativas audiovisuais em múltiplas plataformas. Esta circulação de conteúdos através de diferentes plataformas é conceituada por Henry Jenkins (2009, 2010) como “narrativa transmídia” e, na visão deste autor, acontece quando as histórias se desenrolam em múltiplas plataformas, cada uma contribuindo de forma distinta para nossa

1 Em tradução livre para o português tem o sentido de “fora de casa”. Numa definição simplificada, mídia digital out of home são as telas ou aparelhos de TVs que são vistos espalhados pelos mais diversos locais fechados, com grande circulação de pessoas. Essas telas ou monitores exibem imagens com narrativa legendada e estão instalados em aeroportos, shoppings, restaurantes, hospitais, bancos, supermercados, táxis, metrô, ônibus e trens do país. Quase sempre possuem uma programação com conteúdo específico para uma determinada plataforma. Uma das particularidades desse segmento é o fato dele operar tanto de forma estática — telas instaladas nos principais aeroportos do país, nas grandes redes de lojas, de supermercados, etc. -- como na forma móvel, utilizando plataformas como ônibus, metrô, celulares, etc. Outra particularidade é que a maioria delas é customizada. Ou seja, o conteúdo é formado com produtos de várias empresas e de segmentos do mercado e adaptado para atender as necessidades dos clientes (*Meio e Mensagem, 2012, Online*).

compreensão do universo significante. Enquanto o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias iriam substituir as antigas, segundo Jenkins, “o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexa” (Jenkins, 2009, p. 33).

A passagem de conteúdo de um meio de comunicação convencional para outras plataformas, tendo como suporte a *mídia digital móvel* – como acontece hoje no transporte coletivo de São Paulo e de outras cidades do país – pode ser considerada um fato recente. Isto porque surgiu como resultado de uma busca para solucionar as dificuldades enfrentadas pelo tradicional segmento publicitário de outdoor no maior mercado consumidor brasileiro, a cidade de São Paulo², quando entrou em vigor a Lei Cidade Limpa³, em 2007. A procura por alternativas criativas para diversificar os negócios e alcançar o consumidor em locais internos de grande concentração foi inevitável. Experimentos em diversos formatos, como painéis, totens, quiosques e telas de LCD, provocaram a intensificação de intercâmbio que hoje também abarca o transporte público.

Dentro desse ecossistema midiático, desde 2007, uma nova categoria de mídia eletrônica é incorporada no cotidiano de quem usa o transporte público de São Paulo, mais especificamente, o ônibus. Trata-se da *mídia digital móvel* constituída por dois monitores digitais de LCD com 22, 24 ou 26 polegadas (figuras 1 e 2), sem áudio, instalados estrategicamente no interior dos ônibus de linha⁴. Em um universo de 15 mil veículos municipais, 985 transmitem para os passageiros os conteúdos centralizados por três empresas: 1) TV Bus Mídia/Via TV Mídia⁵ – exibe com exclusividade parte da programação da TV Globo, composta por resumos dos capítulos das novelas da emissora, matérias do programa jornalístico Fantástico e do Jornal Nacional, dentre outros programas; 2) Bus TV Brasil Publicidade S/A – exibe um misto de conteúdo próprio e específico para essa mídia, com parte da

2 Daqui para frente: São Paulo.

3 A Lei Cidade Limpa está em vigor desde o dia primeiro de janeiro de 2007. Os responsáveis por anúncios fora das regras seriam multados em 10 mil reais, mais mil reais por metro quadrado excedente. A prefeitura da cidade de São Paulo, regulamentou, através de um decreto publicado no Diário Oficial da Cidade em 6 de dezembro de 2006, a lei que criou o projeto Cidade Limpa. A nova legislação (lei nº 14.223), que tem como objetivo eliminar a poluição visual proíbe todo tipo de publicidade externa, como outdoors, painéis em fachadas de prédios, backlights e frontlights. [...]. O decreto nº 47.950/06, que regulamenta a lei esclarece alguns desses procedimentos e as características que os anúncios devem atender. O texto detalha especialmente como deveriam ser os anúncios indicativos, que tiveram até 31 de março de 2007 para se adaptar às novas exigências.

4 Um ônibus de linha tem capacidade para transportar uma média de 1.020 passageiros por dia. – Fonte Via TV Mídia.

5 A TV Bus Mídia, que passou a se chamar Via TV Mídia, no final do ano de 2011, após seu embarque nas plataformas de metrô, de terminais rodoviários e de terminais de ferroviárias, é pioneira na implantação da plataforma de mídia em ônibus no Brasil. Fonte: Jornal Folha de S. Paulo - Caderno Ilustrada, de 03.out.2011.

programação da Record TV; 3) TVO – da Band Outernet, do Grupo Bandeirantes de Comunicação, que exibe conteúdo específico para essa mídia.

Figuras 1 e 2 - *Mídia Digital Móvel* (Plataforma ônibus).



Fonte: Via TV Mídia

A TV Bus Mídia / Via TV Mídia foi focalizada no realizar desta investigação por deter exclusividade na exibição de conteúdo produzido pela Rede Globo de Televisão. O conteúdo exibido na plataforma ônibus pela TV Bus Mídia é composto por resumos dos capítulos das telenovelas, matérias do Fantástico e do Jornal Nacional, dentre outros programas da emissora. Para atender à necessidade nesta nova mídia digital, a TV Bus Mídia / Via TV Mídia e a Rede Globo criaram um formato próprio exclusivo, utilizando tarjas com a logomarca de cada programa veiculado, que foi exibido no dia anterior na TV aberta. O *looping* (tempo de duração da programação) de uma hora é composto por sete programas: jornalismo, quatro novelas, vinhetas, campanhas publicitárias e informes. Para cada conteúdo existe um

limite de duração estipulado com a finalidade de prender a atenção do usuário do transporte coletivo.

O resumo de um produto jornalístico, por exemplo, pode chegar até três minutos de exibição, dependendo da importância do conteúdo. Já os resumos das novelas seguem uma métrica própria, de 10% do tempo total do programa. A novela das 18h, por exemplo, que tem 50 minutos, é reeditada para 5 minutos. Os textos (legendas) também seguem uma métrica estabelecida, que favorece a leitura em qualquer ponto dentro dos ônibus. Cada tarja contém 30 caracteres divididos em duas linhas e dura no mínimo 5 segundos. A programação é exibida durante todo o dia, enquanto o ônibus estiver em movimento. No final do dia, os ônibus retornam à garagem para check-up e reabastecimento. É nesse momento que a programação em *pendrive* é substituída por uma nova, via portador.

Retornando ao proceder desta investigação, adotamos como caminho metodológico a observação etnográfica (Caiafa, 2007; Magnani, 2002, 2009), buscando alcançar o seguinte conjunto de objetivos, a saber: 1) objetivo geral: identificar os caminhos que a narrativa da teledramaturgia brasileira passa a percorrer no cotidiano do brasileiro, marcado pela ubiquidade dos meios e a presença cada vez mais constante das mídias digitais em convergência; 2) objetivo de natureza empírica foi, por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, tentar descobrir como se dá a relação entre essa *mídia digital móvel* e suas audiências; como se processa a recepção da telenovela nesse novo lugar/espço e se ela apresenta algo de diferente; e 3) objetivo teórico consistiu em relacionar as práticas de comunicação de recepção da teledramaturgia brasileira diante das novas mídias digitais móveis com os estudos de comunicação. Principalmente, investigar de que forma essas práticas podem ser entendidas como decorrentes da atuação da telenovela como recurso comunicativo.

Em virtude desses objetivos, a questão norteadora edificada para a pesquisa foi: será a “narrativa transmídia” igualmente capaz de acionar mecanismos de conversação, de compartilhamento de sentido e de participação no imaginário cultural das pessoas que a recepcionam no ônibus?

A problematização norteadora e os objetivos desta investigação buscaram refletir a nossa tentativa de compreender o papel exercido pelos meios de comunicação no cotidiano da sociedade contemporânea, nesse diferenciado e novo contexto de recepção da telenovela, nos motivando a inscrever a nossa investigação no polo da recepção midiática.

Na definição de Martín-Barbero e Rey (2004, p. 240), a recepção é o espaço relacional “dos

conflitos que articulam a cultura, das mestiçagens que tecem, das anacronias que a sustentam e, por último, do modo em que trabalha a hegemonia e as resistências que mobiliza”. No que se refere à *mediação* no processo de recepção de telenovela, Lopes afirma que ela “deve ser entendida como um processo estruturante, que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios como a criação por parte deles do sentido dessa interação” (Lopes, 1996, p.5).

Nessa direção, Motter (2003) complementa ao enfatizar que a

[...]telenovela ocupa um espaço tão ou mais importante que os telejornais na programação diária das emissoras, pois se os relatos sobre o mundo satisfazem a necessidade de orientação do telespectador para sua vida prática, o capítulo diário da ficção seriada satisfaz a sua curiosidade com relação ao desdobramento da narrativa que se tece diariamente durante meses num processo de produção/diluição da ansiedade. Se o início do capítulo acalma a ansiedade produzida no dia anterior, o final irá recuperá-la para satisfazê-la no dia seguinte como estratégia para integrar-se às rotinas, garantir a audiência e impor-se como hábito (Motter, 2003, p.22).

Nesse sentido, para explicar a influência que a narrativa da teledramaturgia exerce na sociedade brasileira, tomamos de Lopes (2009a) o conceito de “recurso comunicativo”, pois enquanto tal, “a força e a repercussão da novela mobilizam cotidianamente uma verdadeira rede de comunicação, através da qual se dá a circulação de seus sentidos e gera a chamada ‘semiose social’” (Lopes, 2009a, p. 31). Pois,

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, 2009a, p. 32).

Lopes (2009, p. 29) ainda ressalta que “a novela é tão vista quanto falada, pois seus significativos resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas”.

Não resta dúvida de que a novela constituiu um exemplo de narrativa que ultrapassa a

dimensão do lazer e impregna a rotina cotidiana da nação. Construiu mecanismo de interatividade e uma dialética entre o tempo vivido e o tempo narrado e se configura como uma experiência comunicativa, cultural, estética e social. Como experiência comunicativa, ela aciona mecanismos de conversação, de compartilhamento e de participação imaginária (Lopes, 2009a, p. 29).

Com vínculo nesse suporte teórico, nossa justificativa pela escolha do estudo da recepção da ficção televisiva, em especial a telenovela, como narrativa transmídia dentro do transporte coletivo ônibus, deu-se pelo fato de a telenovela ser o gênero e o formato de um produto cultural de grande relevância para o país, com maior audiência dentro da grade de programação da televisão. Outra justificativa que lançamos mão foi a de que, nesse novo lugar/ espaço da *mídia digital móvel* (a plataforma ônibus) seria possível conhecer como a telenovela brasileira com narrativa transmídia é recepcionada e como acontecem as interações comunicativas e de sociabilidade no ambiente quando a telenovela se torna um recurso comunicativo. Essa configuração inscreve esta investigação como relevante e original para colaborar com os estudos da comunicação que refletem sobre a recepção midiática.

Assim, nos próximos tópicos apresentamos o caminho metodológico (procedimentos e técnicas) que adotamos, bem como alguns recortes dos resultados e as suas discussões edificadas em linha com o quadro teórico que sustenta a perspectiva crítica e o saber construído neste estudo etnográfico sobre a dinâmica da recepção midiática da telenovela brasileira nesse novo lugar/ espaço de construção de sentidos e interações, a *mídia digital móvel, a out of home*, no transporte coletivo por ônibus.

Pesquisa de campo: participar para compreender

Para atender às necessidades que um estudo de recepção exige, o trabalho foi norteado por uma metodologia multidisciplinar para análise das diversas dimensões da recepção de telenovela, como narrativa transmídia, realizando-se uma pesquisa empírica (Lopes, 2009b) de observação etnográfica com o foco principal de observar e conhecer como se dá a recepção da telenovela nesse novo lugar (o espaço público dentro do ambiente do transporte coletivo) e saber de que forma ela influencia na criação

de conversas que acontecem nesse lugar/espço. Lugar/espço de grande rotatividade, de encontro entre estranhos, onde qualquer situação, tanto de tranquilidade como de conflito, é imprevisível. Por isso, para além dos estudos da comunicação recorreremos ao suporte de outros saberes, entre eles os da antropologia, da sociologia entre outros, para suportar as nossas leituras do conhecimento edificado nesta investigação.

Sobre o viés etnográfico do trabalho realizado, enfatizamos com Caiafa, a concepção de observação etnográfica como experiência vivenciada do aprender com experimentar o estranho e ser também esse estranho. Em suas palavras:

[...] Dirigir-se a um lugar, ficar, deter-se ali, construir uma vida, mesmo que provisoriamente, entre aqueles sobre quem se vai escrever, cultivar um dia-a-dia com eles, participar em parte do que se observa e se quer elucidar, têm sido atividades inseparáveis do empreendimento etnográfico. [...]. Trata-se de um aprendizado que extraímos da antropologia não como disciplina, mas como um campo produtivo de trabalho efetivo onde floresceu uma forma de pesquisa, uma atitude, um olhar, um tipo de inquietação intelectual e afetiva (Caiafa, 2007, p. 147-148).

No que diz respeito à comunicação dentro do transporte coletivo por ônibus, levamos para nossas observações etnográficas também as orientações de Caiafa, que define este como “um espaço muito singular de comunicação”. Nesse lugar/espço, encontramos “desconhecidos, completamente uns aos outros, que se deslocam – às vezes por um longo período – juntos, lado a lado. Podem também estar em situação de proximidade excessiva nos veículos lotados” (Caiafa, 2007, p.89). Caiafa ainda fala do risco ou da oportunidade que um destino comum apresenta no transporte coletivo, questionando se as pessoas “vão se observar, se vão despertar para as presenças em torno, vão se falar” (Caiafa, 2007, p.89).

Desse modo, nosso trabalho de campo teve início, após um levantamento de informações sobre a estrutura da rede de transporte coletivo por ônibus, na cidade de São Paulo, junto à Secretaria Municipal de Transporte da cidade de São Paulo e SPTrans⁶. Com essas informações, buscamos

⁶ A Secretaria Municipal de Transportes é responsável pelo sistema público de coletivos da cidade, que por sua vez tais serviços são fiscalizados pela SPTrans (São Paulo Transporte S.A.).

selecionar as linhas de ônibus que percorrem as distâncias mais longas entre regiões da cidade, com a finalidade de direcionar o alcance de nosso trabalho de campo.

Para observar e vivenciar o cotidiano dos usuários do transporte coletivo onde a Via TV Mídia opera, como informado, lançamos mão da observação etnográfica, como etapa exploratória da pesquisa, no mês de agosto de 2011, em horários alternados e em diversas linhas de ônibus, seguindo duas etapas no campo.

Na primeira etapa buscamos apenas observar, escutar e acompanhar as conversas dos passageiros fora e dentro dos ônibus, bem como o que os cercava. Já na segunda etapa da pesquisa de campo, incluímos o “olhar etnográfico: de perto e de dentro” de Magnani (2002), com a proposta de “identificar, descrever e refletir sobre aspectos excluídos da perspectiva daqueles enfoques que, para efeito de contraste”, são por ele qualificados como “de fora e de longe”. Com essa perspectiva vivenciamos por vários dias o cotidiano de pessoas que fazem uso diário de um ou mais de um transporte coletivo. Iniciamos conversações, compartilhamos espaços, ouvimos suas opiniões sobre vários aspectos, em particular, a recepção da telenovela exibida no ônibus.

Como resultado do realizar dessas etapas, relatos do processo de observação etnográfica foram produzidos, tendo como eixo condutor as orientações conceituais de Caiafa (2002, 2007) e Magnani (2002, 2009), que consideramos de grande relevância para nossa pesquisa de campo etnográfica. Alguns desses relatos foram selecionados e constam apresentados no próximo tópico deste artigo.

A contribuição de Caiafa no proceder de nossa pesquisa diz respeito à observação das conversações, do contato com o desconhecido e do silêncio que acontece no transporte coletivo, um meio que pode criar oportunidades de compartilhamento e sociabilidade no cotidiano das pessoas, mas que também pode ser considerado um ambiente de risco, por levar o indivíduo ao encontro com o estranho, já que se trata de local fechado, de grande rotatividade no confronto com a variedade urbana.

Já as contribuições de Magnani nos conduziram a realizar a observação etnográfica com um olhar “de perto e de dentro”, partindo dos “arranjos” dos próprios atores sociais, pois são eles — “em suas múltiplas redes, formas de sociabilidade, estilos de vida, deslocamento, conflitos etc., que constituem o elemento que em definitivo dá vida à metrópole” (Magnani, 2002, p.15) , incluindo na estratégia a investigação na paisagem em que essas práticas se desenvolvem, tomando-as como recorte de análise,

sugeridas pela perspectiva etnográfica do olhar de perto e de dentro, do autor.

Observando “de perto e de dentro”

Apresentamos a seguir um recorte da nossa pesquisa de campo, ressaltando também que as falas dos atores sociais foram anotadas em nosso diário de campo que neste artigo transcrevemos. Para melhor compreensão, elas estão em itálico e os nossos comentários, articulados a elas com base nas perspectivas teóricas adotadas neste trabalho.

Foram produzidos ao todo 11 relatos etnográficos, sendo que neste trabalho apresentamos apenas três, tendo em vista os limites do espaço deste artigo, porém tais documentos etnográficos são representativos do conhecimento edificado no processo da nossa investigação. Enfim, passamos a relatar nossas observações na forma de um diário de campo.

Relato viagem: 22 de agosto de 2011

O ônibus que faz a linha, Metrô Artur Alvin – Jardim Oliveira (Zona Leste) é a nossa empreitada inicial. São 6 horas da manhã, faz frio e já existe uma longa fila de passageiros aguardando a chegada do ônibus ao ponto. A temperatura parece contribuir para que as pessoas fiquem quietas e encolhidas. Algumas buscam proteção, cruzando os braços ou fazendo fricção nas mãos. Diferente das demais pessoas ali aglomeradas, três mulheres, aparentando idades entre 40 e 50 anos, conversam animadamente, enquanto aguardam a chegada do transporte que vai conduzi-las a algum lugar, sobre a novela *Cordel Encantado* — folhetim com enredo de fábula ambientado em dois reinos fictícios, um europeu, Seráfia (com reis e rainhas), e um sertanejo, Brogodó (com um bando de cangaceiros), onde dois jovens, Jesuíno (Cauã Reymond) e Açucena (Bianca Bin) de origens diferentes lutam contra o tirânico coronel Timóteo (Bruno Gagliasso) para serem felizes para sempre.

Vestidas de maneira simples, mas bem agasalhadas, cada uma carrega, além da bolsa a tiracolo, uma sacola plástica contendo uma provável marmita no seu interior. O cheiro de comida caseira exala forte. O amor de Jesuíno e Açucena, a inveja do coronel Timóteo e o fim de suas maldades fazem parte do conteúdo da conversa.

— *Acho que Açucena já sofreu demais nas mãos de Timóteo, diz uma delas, enquanto a outra retruca; às vezes tenho raiva dela, é muito molenga pra meu gosto.*

A terceira, que apenas escutava enquanto olhava para os sapatos, aproveita para falar que Jesuíno “também é muito bonzinho e devia ser como o pai Lampião” (referindo-se ao Capitão Herculano – líder cangaceiro e pai de Jesuíno na trama).

O ônibus chega e a conversa continua enquanto caminham na fila para entrar no veículo. Entramos junto, o ônibus está cheio e sem lugar para sentar. Elas, então, procuram ficar o mais próximo possível de uma das telas. Observo seus olhares que se voltam a um monitor. A grade de programação exibe um conteúdo jornalístico (sobre esporte) seguido de publicidades institucionais (sobre bilhete único). Não demora e logo aparece na tela o resumo da trama *Cordel Encantado*. Olhos grudados no monitor de TV e uma pausa nas conversações. São apenas 5 minutos de novela e, só após, a conversa recomeça e se prolonga, com inesperadas intervenções do cobrador que insiste em querer participar da conversa com informações conseguidas na internet:

— *“Eu li no site que ele morre”, afirma o cobrador. “Ainda bem, porque quando ele aparece maltratando todo mundo, fico com muita raiva”, diz uma das três mulheres. A conversa continua animada e o assunto se divide entre a trama ficcional e a vida real até que duas delas se despedem e descem. Dois pontos depois é a vez da outra, que aproveita para também fazer sinal de despedida para o cobrador.*

Durante todo o percurso, alguns passageiros conversam sobre os mais variados assuntos em baixa voz, mas a predominância é do silêncio. Isto porque a grande maioria dos passageiros das primeiras horas do dia aparenta estar ainda sonolenta e aproveita o tempo para cochilar ou visualizar a paisagem pela janela, enquanto outros só observam o que está sendo exibido no monitor de TV.

O fato de três mulheres conversarem animadamente sobre o enredo de *Cordel Encantado* — que assistiram provavelmente no aconchego das suas casas na noite anterior — enquanto esperavam numa enorme fila a chegada do transporte que iria conduzi-las aos seus destinos, provavelmente a mais um dia de trabalho, sem deixarem se afetar pelo forte frio daquela manhã e nem com quem estavam ao redor; de terem interrompido a conversação, quando já estavam dentro do ônibus, justamente no momento em que apareceu no monitor de TV o resumo da mesma; da conversação ter sido retomada

após a exibição do resumo e desta vez com a participação do cobrador, que nos pareceu ter sido bem-vinda pelas três mulheres que se interessaram em ouvir o que ele tinha de informação sobre a trama que acabaram de assistir, como descrevemos em nosso primeiro dia de observação etnográfica, nos conduziu ao que diz Lopes (2009a, p.22) sobre ser necessário reconhecer que a televisão “possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido à sua peculiar capacidade de criar e de alimentar um “repertório comum”, por meio do qual as pessoas [...] se posicionam e se reconhecem umas às outras”.

A leitura que fizemos observando o acontecido é que, para elas, pouco importava o lugar onde se encontravam — num ônibus superlotado, conversações atravessadas, um trajeto a ser percorrido dentro de um espaço público — naquela manhã de muito frio. Era como se estivessem na sala de TV de suas casas. Por um tempo, seus pensamentos estavam voltados para a trajetória dos personagens que nada tinha de realidade, mas povoava o imaginário de todas e que “esse repertório compartilhado está na base das representações de uma “comunidade nacional imaginada” que a televisão, mais que qualquer outro meio, consegue captar, expressar e atualizar permanentemente” (Lopes, 2009a, p.23).

Relato viagem: 24 de agosto de 2011

Nesse dia mudamos o horário e embarcamos na linha Penha – Metrô Vila Mariana. São 18 horas, o terminal de ônibus que fica ao lado do metrô Vila Mariana está um verdadeiro “formigueiro” de gente formando filas de espera nas linhas que os conduzirão a seus destinos. No ponto da linha Penha – Metrô Vila Mariana, fica impossível enxergar o número de pessoas que se aglomeram; algumas se direcionam para o final da fila, outras formam um grande amontoado ao redor do início da fila. O ônibus chega às 18 horas e 30 minutos. Por estar atrasado, o cobrador pede para o motorista deixar os passageiros entrarem. Enquanto este último aproveita para pegar das mãos do primeiro o formulário que registra o controle das chegadas e partidas do veículo e levar até o fiscal, que já espera na porta.

Não demora e logo o ônibus está superlotado, as pessoas se acotovelam, e fica mais difícil embarcar. Resolvemos enfrentar a fila e esperar o próximo, assim como muitos outros usuários. Um senhor começa a falar que a linha é a pior que existe que são poucos ônibus para atender muita gente e quase sempre chega ou sai atrasado. Mais dois homens que estão próximos se animam para

uma conversa sobre as dificuldades que enfrentam para ir e voltar do trabalho. Outro coletivo chega e nova aglomeração se forma, todo mundo parece ter pressa para embarcar, mas o motorista e o cobrador desembarcam e deixam as portas fechadas. Cinco minutos depois reaparecem, abrem a porta dianteira e o empurra daqui, empurra dali começa. O ônibus sai lotado. Mais uma vez resolvemos esperar por outro.

Permanecemos na fila no aguardo do próximo, que demora quase meia hora para chegar. A fila está repleta de pessoas que aparentam cansaço. Alguns jovens estão usando o celular, dedos ágeis digitam freneticamente o que parecem ser mensagens. Outros demonstram feições zangadas ou olham para além de tudo aquilo, passando a impressão de que estão vagando em pensamentos. Depois de muito esperar, um ônibus chega e conseguimos embarcar, assim como muitos dos que ali se encontravam. O cansaço parece ter tomado conta dos passageiros que lotam o veículo e esperam ansiosos para seguir viagem.

Enquanto estávamos dentro dele, observamos que a grande maioria dos usuários está de olho na tela, mas não se dispõe a compartilhar nenhum tipo de comentário sobre o conteúdo que está sendo exibido: a novela *Cordel Encantado*. Durante todo o trajeto, alguns passageiros descem, outros aproveitam para sentar e cochilar. Duas jovens compartilham suas impressões sobre os primeiros capítulos de *Fina Estampa*, mas logo mudam de assunto, que agora passa a ser o convite para uma balada. Não demora e o silêncio volta a reinar até o ponto final, no bairro da Penha.

A leitura que fizemos neste dia tomando como base nossas observações nos conduziu à conceituação antropológica de DaMatta (1986, p.20), quando afirma que “de fato, falamos da “rua” como um lugar de “luta”, de “batalha”, espaço cuja crueldade se dá no fato de contrariar frontalmente todas as nossas vontades”. A volta para casa ou para qualquer outro lugar que não fosse o trabalho, parecia angustiante para muitos rostos que deixavam transparecer estarem cansados, enquanto aguardavam ansiosamente numa parada de ônibus, na rua, a chegada de mais um transporte coletivo que pudesse conduzi-los aos seus destinos. Observamos que quando essa rotina inclui o uso do transporte coletivo numa cidade como São Paulo, o acréscimo do estresse e desânimo parece ficar mais aguçado. DaMatta ainda acrescenta que,

Daí por que dizemos que a rua é equivalente à “dura realidade da vida”. O fluxo da vida, com

suas contradições, durezas e surpresas, está certamente na rua, onde o tempo é medido pelo relógio e a história se faz acrescentando evento a evento numa cadeia complexa e infinita (DaMatta, 1986, p. 20).

Começamos aqui o segundo período da etapa da observação etnográfica (de 21 a 23/05 e de 22 a 26/10/2012) agora com viés participante, ou seja, com a interação pesquisador/pesquisado. Primeiro, fizemos o mesmo percurso, nos mesmos ônibus de linha, mas com um diferencial: o de criar possibilidade de aproximação com os transeuntes que estavam com a atenção voltada para o conteúdo em exibição. Em seguida, fizemos uso de outras linhas de ônibus. Para atingir nosso objetivo nesse contexto, passamos a gravar as conversações para não perdermos nenhum detalhe que pudesse contribuir para nossa leitura etnográfica interpretativa.

Relato viagem: 22 de outubro de 2012

Linha: 6500/10 - Zona Sul/Centro – Terminal Santo Amaro – Terminal Bandeira. 7 horas e 40 minutos, o dia está nublado, praticamente todo o comércio próximo ao ponto já funciona a todo vapor. Pessoas caminham apressadas. O ônibus que acaba de sair está superlotado. Enquanto aguardamos o próximo, observamos uma jovem tirando um pequeno espelho e um batom da bolsa. Ela pinta os lábios, arruma os cabelos e em seguida guarda seus pertences. O silêncio predomina no local, algumas pessoas fumam enquanto outras dirigem olhares para a redondeza. Dez minutos depois um ônibus chega, embarcamos com dificuldade, quase não se consegue pôr os pés no chão. As pessoas estão empilhadas, mas não reclamam, parecendo conformadas.

Como o destino é o centro da cidade, poucos passageiros descem durante o trajeto, mas o número dos que tentam embarcar aumenta em cada parada. Poucas pessoas estão olhando para as telas de TV. Entre elas estão três mulheres que iniciam conversações sobre o último capítulo de Avenida Brasil, assim que o conteúdo começa a ser exibido. Nossa atenção se volta para elas, na tentativa de compartilhar do assunto. Cada uma ao seu tempo, fala da dificuldade que enfrentou para assistir ao último capítulo da trama.

— Não consegui chegar em casa, liguei pra minha mãe e falei que ia com uns amigos para um bar próximo do trabalho para ver o último capítulo, diz uma.

— O escritório fechou mais cedo e o chefe dispensou todo mundo, ele também saiu correndo para assistir. Cheguei em casa e ainda fiz um lanche antes, enfatiza a outra.

— Eu consegui chegar antes de começar. Passamos o dia inteiro organizando um bolão com os caixas do mercado, e até com alguns clientes, para o fim de Carminha. Estava torcendo para ganhar o bolão de 250 reais, mas duas pessoas acertaram que ela ia ser perdoada, completa a terceira.

Elas percebem que estamos prestando atenção ao assunto, mas não dão a menor importância e a conversa ganha outros participantes, como ouvintes. A conversa agora gira em torno das personagens Carminha e Rita/Nina. Uma das três mulheres que iniciaram a conversa quer saber se as outras gostaram de Carminha ter sido perdoada das maldades que fez desde o início da novela.

— Só em novela a gente vê um negócio desses. Por mim ela terminava no lixão passando fome sofrendo muito e totalmente esquecida por todo mundo, diz uma.

— Todo mundo merece uma segunda chance. Ela fez muito mal, mas mostrou que estava arrependida no final, argumenta a segunda, para justificar o destino dado à personagem.

Depois de ouvir as opiniões, a mulher que fez a pergunta também manifestou sua opinião.

— Acho que ela precisava sofrer mais para pagar por tudo que fez. Também não deu para engolir tanta bondade da Nina. Ela ficou boazinha demais pra meu gosto. Duvido que alguém possa mudar tão de repente. Não gostei do final dela.

Entramos na conversa e perguntamos para esta última o que gostaria que tivesse acontecido com essas personagens. Ela sorriu e começou a falar.

— Eu sei que é novela, mas a gente sempre espera que o bem vença o mal, já que na vida real isso não acontece. Carminha foi uma madrasta bruxa. Ela prejudicou muita gente, enganou todo mundo se passando por uma pessoa boa, ela tinha que terminar sofrendo muito na prisão. Rita fez muita besteira e passou a novela toda enganando todo mundo, tinha que terminar sozinha.

A chegada ao centro da cidade está próxima. Observamos que uma das mulheres

pega um bilhete único na bolsa, como que adiantando que vai embarcar em outro ônibus ou no metrô. O grupo fica disperso, as três mulheres se despedem e se aproximam da porta de saída, desembarcam e seguem caminhando juntas, dando a entender que a conversa continuará enquanto seguem para seus destinos. Outras conversações atravessadas continuam acontecendo, mas torna-se difícil acompanhar porque todos falam ao mesmo tempo. Mas observamos que se tratava de telenovela e o assunto principal não poderia ser outro, o último capítulo de Avenida Brasil, já que as três mulheres que haviam dado início ao tema chamaram atenção de muita gente que resolveu expor sua opinião, em pequenos grupos. E foi assim até o desembarque no ponto final.

As conversações e interações sobre o final da telenovela Avenida Brasil durante todo o trajeto bairro sentido cidade, chamou nossa atenção. Primeiro, a semana estava começando, o ônibus estava superlotado, um congestionamento enorme no trânsito, e a maioria das pessoas que se encontravam naquele congestionamento humano, dentro do coletivo, parecia estar num lugar confortável, onde conversava animadamente. Segundo, o final da trama havia acontecido há três dias, mas era o primeiro dia da semana após o término da novela e como ela havia mexido com o imaginário da maioria, motivo para verdadeiros debates sobre o assunto não faltaram. O terceiro ponto que nos chamou mais atenção, talvez o mais importante, foi reconhecer como a maioria dos que ali estavam queria contextualizar seu ponto de vista sobre mais uma história que durante meses ocupou o imaginário de cada um — que sem pedir licença adentrou na sua vida através da televisão, do computador e das mídias sociais via internet, da transmídiação e da mídia impressa, e que havia terminado.

Havia algo no ar, talvez um saudosismo de algo perdido recentemente e que ainda não havia sido diagnosticado, a convivência com a história e seus personagens não fariam mais parte das suas noites no conforto do lar através da televisão e nem no transporte coletivo, pelos menos nessas mídias. Isso nos levou a concordar de imediato com Motter que afirma que a “convivência com as personagens e seus dramas tecidos diariamente criam uma espécie de intimidade que tende a integrá-los à vida dos telespectadores que, ao final, sofrem uma perda que a novela seguinte vai tentar repor” (Motter, 2003, p.33).

Será que existe aí uma perda de apropriação de sentido? Segundo Martín-Barbero, “a

fragmentação põe em movimento outras mediações da recepção televisiva, entendida como as diferentes instâncias culturais em que o público das mídias produz e se apropria do significado e do sentido do processo comunicativo” (Martín-Barbero e Rey, 2004, p.71).

Discussões dos resultados

Observamos que o movimento rotineiro de casa para o trabalho ou para qualquer outro lugar, assim como o movimento inverso, mostra que a casa e a rua interagem e completam-se num ciclo que é cumprido diariamente por homens e mulheres, idosos e crianças. Não importa se o percurso é feito a pé ou por meio de algum transporte, o que importa é que “todos fazem e refazem essa viagem que constitui, de certo modo, o esqueleto da nossa rotina diária”. (DaMatta, 1986, p.15).

Dois espaços “dividem a vida social brasileira: o mundo da casa e o mundo da rua – onde estão, teoricamente, o trabalho, o movimento, a surpresa e a tentação [...]. É claro que a rua serve também como o espaço típico do lazer. Mas ela, como um conceito inclusivo e básico da vida social – como ‘rua’ –, é o lugar do movimento, em contraste com a calma e a tranqüilidade da casa, o lar e a morada”. (DaMatta, 1986: p.16).

Caiafa dialoga com DaMatta ao afirmar que “em contraste com o meio familiar e do pequeno povoado, nas ruas da cidade produz-se um fluxo imprevisível de gente de diferentes procedências, estranhos que passam por nós em grande variedade” (Caiafa, 2007, p.117). Essa grande variedade é diferente nas inúmeras configurações urbanas, mas a experiência com o inesperado, que a exposição à descontinuidade nos impõe continua como marca da cidade.

Podemos afirmar, portanto, que a emergência da cidade envolve um nomadismo. Ela precisa ser ímã para estranhos de toda sorte que vão povoar esse espaço de constante movimento, esse campo atravessado por trajetórias e em expansão horizontalmente. Na origem das cidades existe um movimento, um deslocamento. São fluxos que vêm de fora e que vão criar um nomadismo propriamente urbano, constituir a cidade como lugar de circulação e dispersão (Caiafa, 2007, p. 118).

Quando se refere ao espaço “casa”, DaMatta não o define apenas como um local onde se dorme, se alimenta ou para estar abrigado do vento, do frio ou da chuva, mas sim como um espaço “profundamente totalizado numa forte moral” e de “uma dimensão da vida social permeada de valores e de realidades múltiplas”. Ou seja, enquanto o espaço “casa” é marcado como o espaço de reconhecimento pessoal, a rua é o espaço que contrasta com a ausência total de reconhecimento.

[...] temos que nos dar conta de vivemos numa sociedade onde casa e rua são mais que mero espaço geográficos. São modos de ler, explicar e falar do mundo [...]. Como um rio, a rua se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de “povo” e de “massa”. As palavras são reveladoras. Em casa, temos as “pessoas”, e todos lá são “gente”: “nossa gente”. Mas na rua temos apenas grupos desarticulados de indivíduos – a “massa” humana que povoa as nossas cidades e que remete sempre à exploração e a uma concepção de cidadania e de trabalho que é nitidamente negativa (DaMatta, 1986, p. 20).

Dessa forma, estar junto, vivenciar de alguma forma o cotidiano de terminados grupos de atores sociais de uma cidade grandiosa e cheia de contrastes como é São Paulo, foi sem dúvida uma experiência enriquecedora. No mesmo instante que observamos, também fomos observados. No mesmo momento que olhamos para o desconhecido como sendo o “Outro”, também fomos o “Outro” desse desconhecido. Compartilhamos espaço e conversações descontraídas, também compartilhamos o sentimento de medo e insegurança que a cidade nos proporciona. Foi um “experimentar outros mundos”, como escreve Caiafa (2007, p.117), ao definir eloquentemente o trabalho etnográfico no ambiente dentro de um transporte coletivo.

Outra constatação nossa é a de que a recepção midiática acontece de forma heterogênea, onde se fazem presentes diversas práticas de assistir à telenovela, que vão desde recepcionar o conteúdo em silêncio até recepcionar e em seguida iniciar conversações sobre o enredo e/ou os personagens, ou recepcionar com aquela olhada passageira e de imediato iniciar conversações.

Assim, não temos dúvida de que telenovela brasileira é um produto cultural que está inserido no cotidiano da nossa sociedade, que os enredos e histórias que muitas vezes misturam ficção com realidade levam essa mesma sociedade a repensar de alguma maneira seus valores, costumes e

identidade nacional em vista dos sentidos que circulam nos enredos das telenovelas.

[...] esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. Como argumentou Benedict Anderson (1983), a identidade nacional é uma “comunidade imaginada” (Hall, 2002, p.51).

Com efeito, a partir das observações etnográficas, foi possível identificar e distinguir, portanto, diversas modalidades de recepção neste novo lugar/espço de recepção da telenovela brasileira como: a recepção silenciosa, a recepção com interação e compartilhamento e a recepção que lança mão do “recurso comunicativo” (Lopes, 2009a).

A recepção silenciosa pode ser considerada aquela onde o passageiro permanece alheio às conversações, interações e aos compartilhamentos que acontecem no ambiente dentro do ônibus – e não são poucos os ruídos nesse ambiente –, recepcionando a narrativa transmídia como se estivesse em um ambiente exclusivo, único. A modalidade de recepção silenciosa nos chamou atenção pelo fato de ser o ônibus um espaço público que, embora fechado, é também um ambiente de grande rotatividade, com ruídos e confrontos.

Já a recepção com interação e compartilhamento é muito frequente e se aproxima da recepção que lança mão do “recurso comunicativo”. A diferença está no fato de que ela geralmente acontece quando o conteúdo que está sendo exibido no momento passa a ser do interesse de determinados passageiros, iniciando-se assim, várias conversações e compartilhamentos sobre o assunto, que pode ser o conteúdo de uma novela, de uma matéria jornalística ou de qualquer outro programa.

Por fim, a recepção que lança mão do “recurso comunicativo”, conforme observamos, é uma exclusividade da recepção dos conteúdos da telenovela. Este dispositivo para a comunicação é muito ativo e o mais frequente no ambiente dentro do ônibus, quando observamos e constatamos ser a telenovela o conteúdo preferido exibido na plataforma. E este recurso de comunicação não é só ativado durante a exibição da telenovela como narrativa transmídia, ele se faz presente dentro e fora do ônibus, conforme verificamos nos pontos de paradas e terminais. Não temos dúvida de que a proximidade da

telenovela brasileira com a realidade do cotidiano da nação traz uma função pedagógica que transcende para o contexto social como cultura, isto é, como narrativa da nação.

Considerações finais

A capilaridade através da qual os meios de comunicação estão inseridos na cidade de São Paulo não encontra paralelo, tamanha é sua complexidade. “As telas estão em toda parte”. O ônibus tornou-se uma plataforma, bem como o espaço e o tempo de espera em seus terminais. Em plataformas também foram transformados os trens e suas plataformas de espera nos terminais ferroviários ou nas estações de metrô e, ainda, os aviões e seus terminais aeroviários. As telas estão nos bares, nos salões beleza, nas padarias, nos hospitais e maternidades, nos supermercados, nas farmácias, etc. Também estão nas mãos de muitos usuários, via internet, tendo como plataformas o aparelho de celular, tablets e smartphones, iPad ou iPhone, laptop etc. O volume de informação que cada indivíduo recebe ao se locomover pela cidade, seja de que forma for, não deixa dúvida que a cidade de São Paulo se enquadra perfeitamente na “cidade virtual” de Martín-Barbero (1998) definida como novos cenários da comunicação.

De antemão podemos dizer que a recepção da teledramaturgia brasileira nesse novo lugar/ espaço vai mais além do proposto inicialmente. Retomando nossa proposta geral neste trabalho, ela se traduziu em observar quais os caminhos que a narrativa da teledramaturgia brasileira passa a percorrer no cotidiano do brasileiro marcado pela ubiquidade dos meios e a presença cada vez mais constante das mídias digitais em convergência; em descobrir, por meio da observação etnográfica e da coleta de dados primários, como se dá a relação entre essa *mídia digital móvel* (na plataforma ônibus) e seus usuários; em verificar como se processa a recepção da telenovela nesse novo lugar/espaço e se ela apresenta algo de diferente; por fim, em relacionar as práticas de comunicação de recepção da teledramaturgia brasileira diante das novas mídias digitais com novas vertentes dos estudos de Comunicação, investigando de que forma elas se inserem no contexto de cultura popular e avaliando os resultados que isso traz, na prática, para o cotidiano da sociedade. Temos consciência das nossas grandes limitações, principalmente, por tratar-se de “um novo lugar/espaço”, até agora, não explorado.

Além da comprovação de que plataforma ônibus constitui sim, um novo lugar de recepção da telenovela e que essa diferença de cenário — assistir o folhetim fora de casa — se constitui, por sua vez,

e num espaço público de grande rotatividade, com embarques e desembarques de passageiros, em que a programação diária de narrativas transmídia se repete por quase 24 horas. Indicadores das práticas dos atores sociais que fazem uso do ônibus, conforme apresentamos em nossa pesquisa de campo, dão conta de que a telenovela com narrativa transmídia, exibida nesse novo lugar, é um dos principais “recursos comunicativos” que induz a conversações, interações, compartilhamentos de sentido e sociabilidade. A dinâmica das regras que presidem o uso do tempo/espaço desses agentes vai além da mera necessidade de se locomoverem e é feita também de exercícios de sociabilidade, conversações, entretenimento e encontros, engajados que estão na programação exibida nos monitores do ambiente dentro do ônibus.

A realização deste trabalho configura-se como uma tentativa de deixar nossa modesta contribuição para o entendimento da recepção da teledramaturgia brasileira, quando a mesma toma a forma de narrativa transmídia, tendo como plataforma de exibição o transporte coletivo por ônibus. Além de compartilhar nossa experiência e passar adiante o que aprendemos, nossa expectativa é a de que ele possa ser útil tanto para pesquisadores quanto para aqueles envolvidos no fazer teleficção transmídia, possibilitando, assim, encontrar novos caminhos para a compreensão do diálogo permanente e em transformação que a telenovela brasileira tem com a sociedade, verdadeiro produto da cultura da nação.

Consideramos de grande relevância esse novo lugar/espaço de recepção, um lugar/espaço de plateia complexa, porém ainda encantada com uma narrativa que distrai e neutraliza as dificuldades da realidade vivida pela maioria dessas pessoas. Também é fato que as tecnologias estão promovendo cada vez mais diferentes modos de ver qualquer programa de TV, dentro ou fora de casa. Isso significa também dizer que os enredos de novela deixaram de ser assunto restrito ao espaço do “lar”, dado que hoje as telas estão em todos os lugares.

Referências bibliográficas

CAIAFA, Janice. Aventura das cidades: ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

____. Jornadas urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

DAMATTA, Roberto. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A. Editora, 2002.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

____. "A convergência midiática na visão de Henry Jenkins". Entrevista ao Jornal O Globo, 31. Mai. 2010. Disponível em: <<http://gpc.andreleamos.info/blog/2009/07/26/a-convergencia-midiatica-na-visao-de-henry-jenkins/>>. Acesso em: 15. set. 2017.

LOPES, Maria Immacolata V. "A telenovela como recurso comunicativo". In: MATRIZES, V, Ano 3, 2009a.

____. Pesquisa em comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2009b.

____. "Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela". Texto apresentado no I Colóquio Brasil-Dinamarca de Ciências da Comunicação. XIX Congresso INTERCOM, Londrina, 1996.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. "De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana". In: Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2002, vol. 17, n. 49, pp. 11-29.

____. "Etnografia como prática e experiência". In: Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 15, n. 32, jul./dez, 2009, pp. 129-156.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997 [2003].

____. "Cidade Virtual: novos cenários da comunicação". In: Comunicação & Educação, São Paulo, n. 11, jan/abr. 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. Os Exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MOTTER, Maria de Lourdes. Ficção e Realidade: A Construção do Cotidiano na Telenovela. São Paulo: Alexa Cultural, 2003.

SCOLARI, Carlos. Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.