

As diversas representações do Brasil nas telenovelas da Rede Globo: uma discussão sobre a participação dos públicos na convergência digital da TV¹

Anna Larissa Conceição Martins²
Valdenys Virtuoso de Lima³
Rhayller Peixoto da Costa Souza⁴
Laura Nayara Pimenta⁵
Universidade Federal de Alagoas - Ufal

Resumo

O texto investiga como a convergência midiática impactou o consumo audiovisual e o debate público por meio de três telenovelas da Globo — Avenida Brasil, Babilônia e Segundo Sol. A análise considerou a descrição de seus enredos, o contexto sociopolítico da época e a repercussão nas mídias sociais, especialmente no X (antigo Twitter). Os resultados demonstram que as telenovelas mantêm um papel central na formação do imaginário coletivo nacional, influenciando sobre públicos e audiências, induzindo discursos e canalizando percepções sobre temas sensíveis.

Palavra-chave: Televisão; Telenovelas; Convergência Midiática; Mídias Sociais.

Introdução

Na década de 2010 a televisão enfrentou grandes desafios para se adaptar às novas tecnologias, e as audiências, antes homogêneas, se tornaram mais fragmentadas, ativas e críticas. Ao mesmo tempo, produtores de conteúdo e emissoras começaram a valorizar mais o que era dito nas mídias sociais sobre suas produções. E, apesar de constantes manchetes sobre a queda de audiência da TV, produções televisivas, especialmente as telenovelas, continuam atraindo milhões de espectadores e gerando discussões nos âmbitos “físicos” e on-line.

Nesse sentido, as telenovelas assumem um importante papel. Podendo ser abordadas como estruturas narrativas personalizadas e pouco definidas ideologicamente (Lopes, 2003), têm poder de tematizar questões sensíveis e influenciar o debate público. São obras abertas, escritas durante a exibição, podendo ser moldadas pela opinião pública. Com exibição diária, maior penetrabilidade e ligação à cultura nacional, formam símbolos que devem ser analisados teoricamente e empiricamente. No contexto midiaticizado, a relação

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação, Cultura Digitais e Tecnologias, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal de Alagoas – UFAL, e-mail: anna.martins@ichca.ufal.br.

³ Graduado em Relações Públicas pela Universidade Federal de Alagoas – UFAL, e-mail: valdenys.lima@ichca.ufal.br.

⁴ Co-orientador do trabalho e Doutorando em Comunicação e Cultura na Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, e-mail: rhayllerpeixoto@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho e professora do Curso de Relações Públicas da Ufal, e-mail: laura.pimenta@ichca.ufal.br

reflexiva com os telespectadores, incluindo os digitais, é potencializada, sendo de interesse para esta pesquisa.

Diante disso, o objetivo deste trabalho é compreender como a convergência entre as novas tecnologias da informação e comunicação (TICs) e as telenovelas induz o debate público sobre questões sociais e pautas minoritárias sensíveis no Brasil. Para tanto, serão analisadas temáticas marcantes e como elas reverberaram na opinião pública, na época de exibição original, de três telenovelas exibidas no horário das 21h (chamado de “Nobre”) na Rede Globo entre 2010 e 2019, a saber: Avenida Brasil (2012), Babilônia (2015) e Segundo Sol (2018). Para tanto, foram coletados materiais nas mídias sociais X (antigo Twitter) e Facebook, além de notícias em portais digitais, por meio de busca textual.

A análise segue três movimentos: a) descrição do que foi exibido (enredo da novela); b) detalhamento do contexto brasileiro no momento da exibição; e c) demonstração do que foi discutido no X sobre o enredo. O recorte temporal a ser analisado corresponde a um período de notórias mudanças na abertura da teledramaturgia para a diversidade, com personagens trans, lésbicas, protagonistas negros etc.; mas também de polêmicas, reforço de estereótipos e apagamentos, devido a pressões externas, boicotes e quedas de audiência.

Cultura de convergência e Sociedade da Informação

Com o advento da convergência tecnológica, entendida como o entrecruzamento de conceitos, funções e dispositivos antes autônomos e isolados (Jenkins, 2008), novos ambientes proporcionam às pessoas espaço de discussão livre sobre assuntos diversos. Esse fenômeno, aprofundado pela internet, espaço virtual superconvergente, interconecta-se com as dinâmicas entre os ambientes “reais” e “digitais”. Nesse contexto, Targino (1995) afirma que, as inovações tecnológicas, em conjunto com a mídia, são agentes fundamentais no processo de transformação sociocultural, ao potencializarem os efeitos das tecnologias da informação nos meios de comunicação. Esses, por sua vez, contribuem para mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais.

Mesmo sem ditar as maneiras de socialização, esse desenvolvimento tecnológico se molda de acordo com as interações com o homem, que são amplificadas ao nível global, com forte lógica em rede pela convergência de tecnologias (Castells, 2002). Se antes os meios de comunicação eram uma extensão do homem, atualmente ela não se limita a meios

e interfaces tradicionais. Com a internet, as possibilidades se amplificam, gerando “empoderamento”.

Nesse cenário, as mídias e linguagens, assim como a TV, a oralidade, etc, estão habitando, também, no ciberespaço. Jenkins (2008, p. 29) afirma que há, nesse ideal convergente, um fluxo de conteúdos que vai “através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. Desse modo, nas redes, a sociabilidade ganha caráter coletivo e crítico, marcada pela busca por representatividade e participação.

É assim que surge a “segunda tela”, definida como o uso instantâneo de dispositivos móveis com acesso à internet junto à TV (Médola; Silva, 2015), numa prática de ver, buscar e produzir simultaneamente. Essa prática não substitui a televisão, mas amplia a experiência, tornando o público mais ativo e oferecendo ao mercado novas formas de engajamento e lucro. Por meio de *links*, *hashtags* e estímulo a novos hábitos, consolidam-se estratégias para engajar uma “audiência participativa” — que interage com autores e produtores, ainda que suas contribuições nem sempre sejam incorporadas.

Assim como a Netflix, que usa dados de preferência para definir as recomendações dos conteúdos por país e direcionar o marketing, funcionando como um *fast food* do entretenimento, a TV aberta também precisa entender desejos e expectativas do público para suprir suas necessidades e manter relevância. Dessa forma, a internet funciona não só como meio de conexão com a audiência, mas também como ferramenta de busca e mensuração de opiniões e críticas (Cannito, 2009), capazes de consolidar ou alterar narrativas e personagens em novelas, por meio de recursos como os *trending topics* do X, vistos como “grupos focais” — método de pesquisa baseado na coleta de informações a partir da interação grupal. Além disso, Jenkins (2008) aponta um aumento na preferência dos consumidores por envolver-se em culturas de conhecimento online, criando “bolhas” ou “comunidades alternativas”.

Convergência entre TV e Internet

Essa mudança estrutural na comunicação exige adaptações para manter diferentes públicos engajados. A TV foi confrontada, “ameaçada” e, teoricamente, “perdeu audiência” para as novas tecnologias. Entretanto, como apontou Dora Câmara, do Ibope, à Folha de São Paulo (Jimenez, 2010), com novos aparatos tecnológicos, naturalmente surgem novas formas de se consumir conteúdos: e, ao longo da década de 2010, assistir à TV pelo celular,

computador e streaming tornou-se mais popular pela facilidade e flexibilidade. Nesse contexto, o verbo “assistir” adquire novas conotações no campo televisivo, incorporando não apenas o ato de ver ou acompanhar, mas também a ideia de 'assistência', como forma de apoio ou colaboração do público às emissoras e seus produtores.”.

Ainda que as narrativas transmidiáticas não constituam o foco central desta análise, a interação entre TV e internet, sobretudo quando influencia o desenvolvimento das tramas em tempo real, caracteriza práticas transmidiáticas. Como Jenkins (2008, p. 27) afirma, a convergência “[...] apresenta uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Nesse cenário, a participação do público e a escuta por parte dos produtores impactam diretamente a audiência, revelando-se em indicadores como engajamento, lucro ou necessidade de ajustes — aspectos centrais ao conceito de TV Social.

Dessa forma, as mídias sociais configuram-se como espaços centrais para o debate e a conquista de representatividade nas produções televisivas, ampliando o protagonismo do público nos processos decisórios. Ferramentas como os *trending topics*, na rede social X, facilitam a expressão e a mensuração dessas opiniões. Nesse contexto, o consumo televisivo torna-se cada vez mais vinculado à lógica da segunda tela, da transmídia e do *crossmedia*, expandindo os fluxos comunicacionais para além da tela tradicional.

Segundo Proulx e Shepatin (2012), as aplicações que fazem uso da segunda tela dão aos espectadores uma experiência de conteúdo mais otimizada, uma vez que esse aprimoramento contribui para a fidelização da audiência e facilita a disseminação das atrações pelo próprio público. Ao compartilhar experiências nas mídias sociais, os espectadores ampliam o alcance das produções e oferecem dados relevantes para os produtores. Assim, a interação entre TV e internet é incorporada como estratégia de negócios, por meio de recursos como *hashtags* e outras práticas de engajamento. Nesse contexto, os telespectadores buscam formas alternativas de consumo: para se sentirem parte de uma comunidade, exercer sua função de fã, ou assumir posturas críticas sobre o que assistem.

O Brasil refletido nas diversas telas da TV e discutido nas redes

Pressupõe-se que “ver televisão está entre as múltiplas atividades que constituem a vida cotidiana dos telespectadores” (Hamburger, 2005, p. 16). Ou seja, a televisão, antes

vista como um meio de comunicação essencialmente unidirecional, passou a dialogar mais diretamente com seu público. No contexto brasileiro, marcado por diversidade social, étnica e de gênero, esse diálogo impulsionou tanto a interação com as narrativas televisivas quanto a visibilidade de debates sobre representatividade. Contudo, as telenovelas nacionais ainda tendem a reproduzir estereótipos, especialmente em relação a grupos historicamente marginalizados, como a população negra e LGBTQIAPN+.

Nesse viés, a partir da década de 2010, com o avanço das TICs, a relação entre o público e as novelas passou por outra transformação. O advento da “TV Social”, com interação em tempo real via plataformas como X, Facebook e Instagram, permitiu que os telespectadores participassem ativamente das discussões sobre tramas e personagens. Isso ampliou a cobrança por uma representação mais fiel e diversa, com as redes sociais se tornando espaço de debate e pressão sobre roteiristas, diretores e produtores.

Com isso, as telenovelas da Rede Globo começaram a responder a essas demandas, ainda que de forma gradual e, por vezes, polêmica. Inclusão de personagens negros em papéis de protagonismo, relações homoafetivas e temas sociais, como desigualdade econômica, passaram a ter maior espaço, sobretudo nas tramas das 21h. A recepção do público, debatida nas mídias sociais, mostrou que as novelas funcionam como espelho da sociedade e espaço de disputas por representatividade e visibilidade, permeadas, também, por contradições e reforços de estereótipos.

Desse modo, nesta seção, iremos analisar por meio de tabelas enredos que lidam com questões de classe social, de raça, de gênero e de identidade de três novelas da faixa das 21h da Rede Globo, conforme apresentado anteriormente.

Avenida Brasil (2012) e a representação da Classe C

a) Enredo e tramas

Rita (Débora Falabella) é traída e deixada em um lixão por sua madrasta Carminha (Adriana Esteves). Adotada por argentinos, cresce com desejo de vingança e volta como Nina. Ela se infiltra na casa de Carminha, agora rica e casada com Tufão Murilo Benício). Durante o plano, reencontra Jorginho (Cauã Reymond), seu amor de infância e filho de Carminha. A trama de João Emanuel Carneiro se passa no fictício bairro do Divino, no Rio de Janeiro, que funciona como um microcosmo de um Brasil em transformação, com a Classe C como centro da história, almejando novos status.

b) Contexto brasileiro na época

Segundo dados do censo de 2010 do IBGE, durante os anos 2000 e início dos anos 2010, milhões de brasileiros saíram da pobreza e passaram a integrar a classe C. Conforme publicação da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República⁶, entre 2002 e 2012, cerca de 21% da classe baixa ascendeu para a classe média. A Fundação Getúlio Vargas (FGV) classificava a classe C como famílias com renda entre R\$1.734 e R\$7.475⁷. O Brasil passou por um período de crescimento econômico impulsionado pelo aumento do emprego formal, programas sociais e maior acesso ao crédito, sendo que “Avenida Brasil” captou esse movimento ao focar sua história no subúrbio carioca, especialmente no bairro fictício do Divino.

c) Discussão nas redes sociais

Além de ser um fenômeno nas telas, a novela foi uma das primeiras a utilizar amplamente as mídias sociais, principalmente o X, para envolver os telespectadores. *Hashtags* como #OiOiOi dominaram os trending topics mundialmente durante os capítulos finais⁸. A interatividade entre público e novela criou um novo paradigma, no qual o espectador não era mais passivo, mas participava ativamente em tempo real. A produção teve grande repercussão internacional, sendo exibida em mais de 130 países. Personagens e frases marcaram a memória popular, como “Me serve, vadia!”, a paródia “Eu Quero Ver Tu Me Chamar de Amendoim” e o icônico congelamento no final de cada capítulo.

Babilônia e a discussão sobre lesbiandade na terceira idade

a) Enredo e tramas

Escrita por Gilberto Braga, Ricardo Linhares e João Ximenes Braga, “Babilônia” (2015) é dividida em duas fases (2005 e 2015) e acompanha Beatriz (Gloria Pires), Inês (Adriana Esteves) e Regina (Camila Pitanga). Beatriz, arquiteta ambiciosa, casa-se com Evandro (Cássio Gabus Mendes) e comete crimes para comandar a Construtora Souza Rangel. Inês, advogada frustrada, a chantageia após flagrá-la com Cristóvão (Val Perré), assassinado por Beatriz. Regina, filha de Cristóvão, busca justiça. A novela aborda corrupção, prostituição e relacionamentos na maturidade, incluindo a cena do beijo entre

⁶ Classe média tem renda entre R\$ 291 e R\$ 1.019, diz governo. G1, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2012/05/classe-media-tem-renda-entre-r-291-e-r-1019-diz-governo.html>. Acesso em: 28 mar. 2025.

⁷ Classe AB é a que mais vai crescer no Brasil, diz FGV. Gazeta do Povo, 2012. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/classe-ab-e-a-que-mais-vai-crescer-no-brasil-diz-fgv-7do3929vlupow04iguk94p64u/>. Acesso em 28 mar. 2025.

⁸ Último capítulo de Avenida Brasil domina tópicos do Twitter. Terra, 2012. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/novelas/avenida-brasil/ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-domina-topicos-no-twitter,d418316b99a1b310VgnCLD200000bbceeb0aRCRD.html>. Acesso em 22 jan. 2025.

Teresa (Fernanda Montenegro) e Estela (Nathalia Timberg), exibida em 16 de março de 2015.

b) Contexto brasileiro na época

Entre 2015 e 2022, os casos de violência contra mulheres lésbicas no Brasil aumentaram 50%, totalizando 3.478 registros (Firmino; Matias, 2024). A maioria das agressões ocorre na residência (62,14%), seguida por vias públicas (21,14%). As violências mais comuns são física (52,7%), psicológica/moral (25,5%) e sexual (14,8%), com destaque para estupro (74,5%). As faixas etárias mais afetadas são de 20 a 24 anos (19,2%), 25 a 29 anos (16,3%) e 15 a 19 anos (14,6%). Mulheres negras representam 56% das vítimas (44,9% pardas e 11,5% pretas). Os meios mais usados nas agressões são força corporal (53,5%), ameaças (18,7%) e objetos perfurocortantes (8,4%), de acordo com dados do Sinan 2024⁹. Esses números evidenciam a vulnerabilidade enfrentada por mulheres lésbicas no Brasil e reforçam a necessidade de políticas públicas eficazes para combater essa violência, bem como maiores visibilidades para este tipo de contexto.

c) Discussão nas redes sociais

A cena do beijo entre Teresa e Estela no primeiro capítulo gerou intensa reação de setores conservadores nas redes sociais, com críticas e boicotes às marcas patrocinadoras¹⁰. A justificativa era a defesa da moral cristã, num contexto de fortalecimento político e religioso dessas camadas. Líderes religiosos e políticos da direita, como Marco Feliciano, lideraram o movimento. Parlamentares da bancada evangélica também incentivaram o boicote, acusando a Rede Globo de impor uma "agenda ideológica". Em 19 de março de 2015, Magno Malta compartilhou um cartaz no Facebook pedindo boicote à obra, com a legenda: “Apologia ao mal. Produzida para destruir famílias. Compartilhe, não dê espaço para esta ameaça com cara de diversão. Não assista”.

Segundo Sol e a (falta de) representatividade racial

a) Enredo e tramas

A novela “Segundo Sol” (2018), escrita por João Emanuel Carneiro, teve como trama central a história de amor entre Beto Falcão (Emílio Dantas), um cantor de axé famoso, e Luzia (Giovanna Antonelli), uma catadora de mariscos da fictícia ilha de

⁹ WANFERMUREM, Isadora. Dia da Visibilidade Lésbica: registros de violência contra lésbicas aumentaram 50% em oito anos. Terra, 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/dia-da-visibilidade-lesbica-registros-de-violencia-contra-lesbicas-aumentaram-50-em-oito-anos,13b704a6fd5bae4166a15d80dc8cdb56j1npe4b7.html>. Acesso em 28 mar. 2025.

¹⁰ SACCHITIELLO, Bárbara. Natura responde à polêmica de Babilônia. Meio e Mensagem, 2015. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/natura-responde-a-polemica-de-babilonia>. Acesso em 28 mar. 2025.

Boiporã. O romance é destruído por uma trama cruel de Karola (Deborah Secco) e Laureta (Adriana Esteves), resultando na fuga de Luzia do país, deixando para trás seus filhos Ícaro (Chay Suede) e Manuela (Luisa Arraes).

b) Contexto brasileiro na época

A novela, passada na Bahia, gerou debate sobre representatividade racial por ter apenas 3 atores negros entre 26 escalados¹¹, contrastando com o fato de 79,7% da população baiana ser negra (22,4% pretos e 57,3% pardos)¹². O Atlas da Violência 2020 revelou que, entre 2008 e 2018, homicídios de pessoas negras cresceram 11,5%, com a Bahia liderando em 2018 (6.787 casos), enquanto a taxa entre não negros caiu quase 13% (IPEA, 2020). Em 2018, 43.890 pessoas negras foram assassinadas, incluindo Marielle Franco, vereadora negra, morta em 14 de março. Esses dados refletem o racismo estrutural presente desde a escravidão, quando a Bahia foi um centro redistribuidor de escravizados (Marques, 2018, p. 79). Após a Abolição, em 13 de maio de 1888, não houve políticas de reparação, e a população negra foi relegada às periferias, com acesso limitado a direitos e marcada pela violência cotidiana.

c) Discussão nas redes sociais

Antes mesmo de sua estreia, as polêmicas já rondavam o folhetim. Com a divulgação das primeiras chamadas, internautas perceberam a contradição e criaram a campanha “Eu Poderia Estar na Novela Segundo Sol” no Facebook, listando mais de 50 atores negros, entre eles Dhu Moraes, Lázaro Ramos e Jessica Ellen. O *post* da página TrickTudo viralizou com mais de 15 mil compartilhamentos, 29 mil curtidas e mais de 3.500 comentários¹³, recebendo apoio de perfis e de Manuela d'Ávila. No mês de estreia, o Ministério Público do Trabalho (MPT) notificou a Rede Globo para elaborar um Plano de Ação com medidas para garantir inclusão, igualdade de oportunidades e remuneração da população negra. Com risco de ação judicial, na tentativa de amenizar a polêmica, atrizes foram caracterizadas com cabelos longos e volumosos, peles bronzeadas e maquiagem leve

¹¹ RONCOLATO, Murilo. Por que a falta de negros é um problema na novela ‘Segundo Sol’. Nexo Jornal, 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/05/15/por-que-a-falta-de-negros-e-um-problema-na-novela-segundo-sol>. Acesso em 30 mar. 2025.

¹² População baiana se reconheceu ainda mais preta em 2022. Governo da Bahia, 2023. Disponível em: <https://www.ba.gov.br/comunicacao/2023/12/noticias/populacao-baiana-se-reconheceu-ainda-mais-preta-em-2022>. Acesso em 26 jan. 2025.

¹³ Escalação de elenco de ‘O Segundo Sol’, nova novela das 9, é criticada. Veja, 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/virou-viral/segundo-sol-nova-novela-elenco-negros/>. Acesso em: 30 mar. 2025.

nas atrizes¹⁴; atores negros foram escalados para papéis secundários e figurantes¹⁵ e as chamadas com a história de Roberval (Fabrício Boliveira), único personagem negro, ganharam destaque. Contudo, as críticas iniciais já haviam gerado um debate sobre racismo e representatividade no X. Internautas acusaram a Rede Globo de "branquear" a realidade baiana e ignorar a composição racial do estado. As críticas se baseavam na diferença entre a Salvador mostrada na novela e a Salvador real, onde a população negra é majoritária. A polêmica evidenciou a força das redes sociais como canal de pressão por diversidade, mostrando que o público exige representação condizente com sua realidade e com a do Brasil.

Considerações finais

A análise revela uma transformação significativa nas telenovelas do horário nobre da Rede Globo entre 2010 e 2019, impulsionada pela convergência midiática. As TICs tornaram-se elementos estruturantes da nova experiência televisiva, promovendo uma relação mais interativa entre público e conteúdo. A prática da segunda tela, estimulada pelas mídias sociais, redefiniu o modo de consumir e debater novelas, conferindo ao espectador um papel mais ativo, capaz de influenciar discussões e até decisões narrativas.

As mídias sociais passaram a funcionar como espaços dinâmicos de construção discursiva, onde os telespectadores comentam, interpretam, compartilham e produzem conteúdos em diálogo direto com as tramas televisivas. Essa participação ultrapassa o tempo de exibição dos capítulos, estendendo-se para o pós-transmissão por meio de debates online, *memes*, vídeos e outras formas de ressignificação narrativa. Assim, configura-se um ambiente comunicacional mais fluido e descentralizado, no qual as fronteiras entre produtores e receptores se tornam mais permeáveis.

Nesse novo ecossistema, a convergência midiática não apenas alterou as estruturas narrativas e comerciais das telenovelas, como também ampliou seu potencial como instrumento de reflexão social. A Rede Globo, principal emissora do país, precisou adaptar suas estratégias de produção e distribuição para manter o engajamento da audiência. Essa adaptação incluiu o desenvolvimento de plataformas de *streaming*, sites interativos e a

¹⁴ Fernando Torquatto explica a caracterização de 'Segundo Sol'. GShow, 2018. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/segundo-sol/noticia/fernando-torquatto-explica-a-caracterizacao-de-segundo-sol.ghml>. Acesso em 30 mar. 2025.

¹⁵ João Emanuel Carneiro admite erro por poucos negros em Segundo Sol: 'Aprendi'. UOL, 2020. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/joao-emanuel-carneiro-admite-erro-por-poucos-negros-em-segundo-sol-aprendi-44310>. Acesso em 30 mar. 2025.

integração com redes sociais, com o objetivo de dialogar com um público cada vez mais conectado, fragmentado e exigente.

Diante desse panorama, pesquisas futuras poderão aprofundar os efeitos das plataformas de *streaming*, as transformações narrativas na cultura digital e os novos papéis assumidos pelo espectador na chamada TV 3.0.

Referências

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5 - A televisão na era digital**. 2009. Tese (Doutorado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 302, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, vol. 1, 2002.

CERQUEIRA, Daniel; BUENO, Samira (coord.). **Atlas da Violência 2020**. Brasília: IPEA, 2020.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, n. 26, p. 17-34, 2003.

FIRMINO, Camila Rocha; MATIAS, Kamilla Dantas. Violências contra mulheres lésbicas: perfil dos registros de atendimento no Sistema de Informação de Agravos de Notificação - Sinan (2015 a 2022). **Editora Terra Sem Amos**, Parnaíba, 68 p. 2024.

HAMBURGUER, Esther. **O Brasil Antenado: a sociedade da Novela**. Rio de Janeiro: Jorge Hazar, 2005.

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

JIMENEZ, Keila. **Quanto vale a audiência?** Folha de São Paulo, 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2612201009.htm>. Acesso em 14 set. 2024.

MARQUES, Danilo Luiz. **Sob a sombra de Palmares: escravidão, memória e resistência na Alagoas oitocentista**. Tese (Doutorado em História) - Programa de Estudos Pós-Graduados em História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, p. 375, 2018.

MÉDOLA, Ana Sílvia D.; SILVA, Elissa Schpallir. Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão. **Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, p. 145-164, janeiro-março, 2015.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the WEB, social media and mobile**. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc., 2012.

TARGINO, Maria das Graças. Novas tecnologias de comunicação: mitos, ritos ou ditos?. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 24, n. 2, 17 p, 1995.