

## Telenovela e Convergência: A Transmídiação na Novela Sangue Bom<sup>1</sup>

Mayara Wasty Nascimento de Farias<sup>2</sup>

Ricardo Coelho de Barros<sup>3</sup>

### Resumo

Considerando o crescente uso da internet pelas emissoras de televisão como ferramenta mediadora entre o público e sua programação, o presente artigo visa pontuar a experiência transmidiática que ocorre na novela Sangue Bom, transmitida pela Rede Globo no horário das 19h. A internet passa a ser usada como um lócus de interação entre os telespectadores e produtores do gênero telenovela, construindo e reafirmando a narrativa televisiva e adicionando elementos extras aos veiculados na televisão. Baseado no acompanhamento nos capítulos diários da telenovela e do monitoramento do site oficial da trama e das postagens da página oficial da emissora na rede social Facebook, o estudo toma como base Jenkins (2008), Hamburger (2005) e Figueiredo (2003).

### Palavras-chave

Transmídiação; telenovela; interatividade; “sangue bom”.

### Introdução

De algumas décadas para cá, a televisão configura-se como o veículo de maior amplitude no que diz respeito a mediar à relação entre produção e consumo no Brasil. Porém, novas formas de entretenimento e informação vêm alterando o modo de “se fazer” TV no país. O crescente número de telespectadores que migram para a internet em busca de elementos extras das atrações televisivas, faz com que as emissoras de televisão busquem novas formas para manter o público.

É cada vez mais comum o uso de redes sociais para repercutir ideias, gostos e opiniões. O ato de “compartilhar” informações do cotidiano no ciberespaço torna-se cada vez mais comum. A internet tem se tornado um espaço de interação, discussão e, muitas vezes, de exposição. Além de compartilhar fotos, vídeos e músicas, é cada vez

<sup>1</sup> Artigo apresentado no Eixo 5 – Entretenimento Digital do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAL, email: [mayara.wasty@gmail.com](mailto:mayara.wasty@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas. Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Graduado em Comunicação Social/Jornalismo (UFAL) e Direito (CESMAC). Email: [rcb13@globocom](mailto:rcb13@globocom)

mais comum o uso dessas redes para repercutir a programação televisiva, inclusive o seu produto de maior sucesso, a telenovela.

Constrói-se, desta maneira, uma transmidiação que Henry Jenkins (2008) conceitua como o transporte de um mesmo universo de informações através de múltiplas plataformas de comunicação, o que contribui, de forma distinta, na sua compreensão.

A telenovela, produto de maior aproveitamento da televisão, configura-se como um gênero capaz de estabelecer uma relação íntima com o espectador, tomando a realidade cotidiana como pressuposto para o desenvolvimento de sua trama, moldando-a ao padrão ficcional, onde o produto final permite uma identificação direta com o público. A convergência entre a TV e a internet dá uma nova roupagem a este formato tão familiar ao público, apontando para uma mudança na forma que o telespectador assiste a atração.

Apesar de a televisão ser o veículo de comunicação de massa de maior alcance no Brasil, vem perdendo audiência e paralelo a isso, a internet vem ganhando usuários. Segundo levantamento do IBOPE Media, no primeiro trimestre de 2013, o total de pessoas com acesso à internet no Brasil cresceu e 9% sobre o terceiro trimestre de 2012<sup>4</sup>. Para Jenkins, isso ocorre porque “cada vez mais consumidores estão gostando de participar de culturas de conhecimento on-line e descobrir como é expandir a compreensão recorrendo à expertise combinada das comunidades alternativas” (JENKINS, 2008 p. 178). A internet passa a ser um espaço de interação com o público. Deste modo, as interações entre os conteúdos exibidos na televisão e os divulgados na internet complementam-se e aproximam cada vez mais os consumidores e produtores de TV.

A novela *Sangue Bom*, exibida às 19h pela Rede Globo, é um exemplo desse fenômeno. Além da transmissão regular dos capítulos diários na televisão, a novela usa as redes sociais para construir uma narrativa como forma de consumo paralela a da televisão. Diariamente são postados na *fanpage*<sup>5</sup> do Facebook oficial das novelas da

<sup>4</sup> Dados disponíveis em <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/Numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-passa-de-100-milhoes.aspx> acessado em: 15/07/2013.

<sup>5</sup> Páginas são para empresas, organizações e marcas compartilharem suas histórias e se conectarem com as pessoas. Assim como as linhas do tempo, você pode personalizar as páginas adicionando aplicativos, publicando histórias, promovendo eventos e muito mais. Envolve e aumente seu público fazendo publicações regulares. As

Rede (Novelas - TVG) conteúdos sobre a trama, os capítulos, resumo do que vai acontecer no dia, o que faz manter, conseqüentemente, uma comunicação mais íntima com um público cada vez mais híbrido e que assiste a programação televisiva enquanto navega na internet.

A escolha dessa novela se deve ao fato de, notoriamente, construir uma narrativa transmidiática com auxílio da internet - as redes sociais e o site da telenovela que onde cria conteúdos extras aos transmitidos durante a novela – e por ainda está sendo exibida, permitindo um acompanhamento diário dos capítulos e das postagens, tornando a análise mais atual e fidedigna. Desta forma, para a elaboração do presente artigo foram analisados os conteúdos dos endereços online e os capítulos diários da telenovela.

## 2. Televisão, Internet e a Teledramaturgia no Brasil

A televisão é o veículo de comunicação de massa de maior alcance no Brasil, estando presente em 59,4 milhões de lares brasileiros<sup>6</sup>. A TV Tupi, emissora de Assis Chateaubriand, foi a primeira rede de televisão brasileira e da América Latina, posicionando-se na época como a 4ª maior do mundo. Sua inauguração ocorreu em 18 de setembro de 1950, quando no país existiam apenas 200 receptores.

Os primeiros aparelhos de TV chegaram ao território nacional em 1950, cinco anos após sua consolidação em muitos países do mundo. Segundo Hamburger, “a introdução do novo meio de comunicação em uma sociedade rural, pobre e desigual não desencadeou evolução semelhante à norte-americana” (Hamburger, 2005, p.21), o que hoje se caracteriza como um bem de consumo popular, já foi considerado artigo de luxo. Além do custo elevado, outro fator dificultava a disseminação do produto, a exemplo da falta de rede para que se pudesse obter sinal. Sua expansão, porém, ocorreu entre os anos 50 e 69.

---

peçoas que curtirem sua página receberão atualizações em seus Feed de notícias. Extraído de: <http://www.facebook.com/help/search/?q=fanpage>

<sup>6</sup> Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgada em 2012. <http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.html>

A distribuição de aparelhos no território nacional acompanhou o crescimento urbano: em 1960, dez anos após a inauguração da TV, de acordo com o Censo, apenas 4,6% dos domicílios brasileiros possuíam um aparelho; esse número subiu para 22,8% em 1970 e para 56,1% em 1980. Apenas na segunda metade da década de 1980, os sinais televisivos se tornaram disponíveis na maior parte do território nacional, mas, ainda em 1991, apenas 71% dos domicílios possuíam pelo menos um aparelho (HAMBURGER, 2005, p. 22).

Na década de 60 a TV tupi começava a sentir o peso da concorrência através da TV Excelsior, que se formatava aos moldes de televisão que conhecemos hoje, assumindo um caráter comercial competitivo pela audiência e pelas verbas publicitárias. Em 1964, durante o período da Ditadura Militar, a TV Globo é fundada. O modelo de venda publicitária baseada no sistema americano garantiu sua popularidade, podendo se expandir por território nacional e monopolizar o sistema de televisão. Com isso, a Rede Globo incorporou outras emissoras: TV Paulista em 1966 e a Excelsior em 1969.

Figueiredo (2003) ressalta que “desde o seu início, a TV tem desempenhado três funções: informar, educar e entreter. As duas funções primordiais, com a popularização da televisão, foram sendo superadas pela função de entreter” (Figueiredo, 2003, p.18). Dessa maneira, a audiência era garantida por programas de maior apelo popular como os de auditório e as telenovelas.

A internet surgiu de forma mais tímida, porém sua disseminação foi mais rápida. Muitos provedores de serviços da internet começaram a montar suas próprias redes no início da década de 1990, desta forma estabeleciam suas próprias portas de comunicação em bases comerciais. “A partir de então, a Internet cresceu rapidamente como uma rede global de redes de computadores” (CASTELLS, 2003, p. 15). Manuel Castells (2003) entende a internet como um meio de comunicação revolucionário, que, pela primeira vez, permite a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global. Mas o uso deste meio como

sistema de comunicação e forma de organização explodiu nos últimos anos do segundo milênio. No final de 1995, o primeiro ano de uso disseminado da world wide web, havia cerca de 16 milhões de usuários de redes de comunicação por computador no mundo. No início de 2001, eles eram mais de 400 milhões (CASTELLS, 2003, p.8)

Atualmente, o computador com acesso à internet é o bem durável que apresentou maior crescimento de vendas. Segundo dados do IBGE, o consumo cresceu 39,8% neste período<sup>7</sup>.

A teledramaturgia é um gênero cuja origem está ligada diretamente ao entretenimento. Originada nos folhetins franceses, ocupava um lugar sem destaque no veículo, dividindo espaço com diversos outros temas, que variavam de receitas culinárias, piadas a resoluções de crimes. A partir do século XIX o gênero ganhou visibilidade perante a imprensa e desencadeou a produção seriada. “Essas fatias, como diz Marly Meyer, uma estudiosa do assunto, obedeciam a certas fórmulas de comunicação para inteirar o leitor do movimento da história” (Figueiredo, 2003, p. 25). Porém, apenas em 1836 a conhecido formato diário foi inserida nas obras. Criando expectativa para a continuação da história, “esse recurso, aliado à forma de contar a história diariamente, ou seja, em série, recriava o suspense a cada fatia, a fim de manter o leitor curioso e instigá-lo a acompanhar o desfecho da trama” (Figueiredo, 2003, p. 26).

A primeira telenovela diária foi exibida em 1963, pela TV Excelsior, a “2-5499 Ocupado”, estrelada por Tarcísio Meira e Glória Menezes. Porém, o primeiro grande sucesso de audiência foi “O Direito de Nascer” veiculada pela TV Tupi entre 1964 e 1965. Nas décadas de 70 e 80, a televisão se consolidava com o sistema hegemônico da Rede Globo e as telenovelas começavam a se posicionar como um dos programas mais lucrativos e populares da televisão, até os dias atuais<sup>8</sup>.

### 3. Sangue Bom

“Sangue Bom” é uma telenovela brasileira produzida e exibida pela Rede Globo, escrita por Maria Adelaide Amaral e Vincent Villari. A novela começou a ser exibida

<sup>7</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/09/pc-com-internet-e-bem-duravel-que-mais-cresceu-nos-lares-diz-ibge.html>

<sup>8</sup> Pesquisa realizada na América Latina em 2010 pela Media Book 2011, com dados consolidados das pesquisas do IBOPE Media revela que as transmissões de futebol e as telenovelas continuam a ser grandes atrações da televisão aberta. Disponível em: [http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&c\\_omp=IBOPE+Media&docid=18F79BFD17926B05832579650062537C](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&c_omp=IBOPE+Media&docid=18F79BFD17926B05832579650062537C)

em 29 de abril de 2013, substituindo “Guerra dos Sexos”, sendo a 82ª novela do horário das sete exibida pela emissora.

A trama se passa em São Paulo, tem como protagonistas Bento (Marco Pigossi), Amora (Sophie Charlotte), e Fabinho (Humberto Carrão). Quando criança, os três protagonistas se conheceram no lar de adoção de Gilson (Daniel Dantas) e Salma (Louise Cardoso), no bairro da Casa Verde. As três crianças foram separadas cedo e tiveram destinos diferentes: Bento permaneceu no lar de adoção, Amora e Fabinho foram adotados; ela pela rica atriz Bárbara Ellen (Giulia Gam) e ele por uma família do interior. Com o passar dos anos, Fabinho volta a São Paulo em busca de sua família biológica e do sucesso que Amora possui. Bento, com a ajuda de sua amiga Giane (Isabelle Drummond), funda sua cooperativa de flores, a "Acácia Amarela".

Os diversos núcleos da novela possibilita aos produtores a criação de diversos recursos transmídia a serem explorados. A criação desses conteúdos estimula a participação do telespectador/internauta, que busca cada vez mais conteúdo sobre o produto que consome. Com isso, vídeos clipes, ensaios fotográficos e blogs de personagens, por exemplo, ultrapassam o limite da diegese e tornam-se criações consumíveis e exploráveis pelos fãs.



TVG sangue bom  buscar

 <p>NO BLOG Lara comemora nova campanha</p>	 <p>EXCLUSIVO Veja o book com as fotos de Giane!</p>	 <p>PROGRAMA DA SUELI A triste realidade de Bárbara Ellen</p>	 <p>Ó, LÁ EM CASA! Confira Rômulo em ensaio exclusivo</p>	 <p>ENTREVISTA EXCLUSIVA Autores revelam futuro da vingança</p>	 <p>TROLL TVG Bárbara em: 'Várias faces de uma diva'</p>
--	---	--	---	--	---

todos os clipes de  
sangue bom



 <p>Hora de descontrair com hit da Mangaba</p>	 <p>'Famosinho da Casa Verde' é sucesso</p>	 <p>'Solteirinha da Pompéia' na cabeça!</p>
--	--	--

Imagem 1: Conteúdo transmídia disponível no site da novela

O uso de redes sociais para atrair o público tem sido uma estratégia bastante utilizada pela emissora. A participação de internautas/telespectadores da novela repercutindo os conteúdos do folhetim na internet mostra que cada vez mais telespectadores migram para a internet, o que ocasionou, na última década, a perda de aproximadamente 25% de audiência<sup>9</sup>. Todavia, Jenkins afirma que “velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (JENKINS, 2008, p. 39-40)



Imagem 2: Internautas comentam publicações sobre a novela na rede social Facebook.

#### 4. A Transmídiação em “Sangue Bom”

<sup>9</sup> Dado extraído do site: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2012/04/10/tv-aberta-tem-fu-ga-inedita-de-telespectadores-veja-os-numeros.htm>

A convergência entre a TV e a internet dá uma nova roupagem ao formato telenovela, apontando para uma mudança na forma que o telespectador assiste a atração. Deste modo, as interações entre os conteúdos exibidos na televisão e os divulgados no site da telenovela complementam-se e aproximam cada vez mais os consumidores e produtores de TV. “Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras”. (JENKINS, 2008, p. 28)

Além da transmissão diária na televisão, a telenovela usa as redes sociais para repercutir seus conteúdos, construindo, assim, uma narrativa que se torna uma forma de consumo paralela à televisão. Esse transporte de narrativa de um meio para várias mídias e interfaces é o que Jenkins (2008) conceitua como narrativa transmidiática.

A narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica. (JENKINS, 2008, p. 49)

Segundo IBOPE Nielsen Online, 43% dos internautas assistem televisão enquanto usam o computador<sup>10</sup>. A pesquisa revela também que 29% dos consumidores simultâneo têm o hábito de comentar na internet e são as novelas o principal tema de interesse. Sobre o assunto, Calazans (2012) afirma que “O consumo simultâneo de televisão e de internet mostra que não há abandono de um meio em prejuízo do outro e que há a oportunidade de explorar a grande afinidade que os brasileiros têm pelos dois meios”. Por convergência, Jenkins refere-se

ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer

10

Dados extraídos de: [http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&c\\_omp=Internet&docid=66A43BC611E674AB83257A2800683047](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&c_omp=Internet&docid=66A43BC611E674AB83257A2800683047)

parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2008 p. 48)

A convergência não depende unicamente dos meios, mas dos consumidores das mídias que devem interagir e assim, unir os conteúdos. Para Jenkins (2008), a busca de conteúdos extras não é uma novidade, pois, como afirma Jenkins, os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; (...) Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno (JENKINS, 2008 p. 181).

Ao entrar no ar, a telenovela lançou o site oficial em link direto do portal da Rede Globo. Segundo dados disponíveis no site da novela, 14 pessoas trabalham na equipe de internet atualizando os conteúdos online. No site é possível encontrar diversas editorias como “capítulos”, “personagens”, “vem por aí”, “por trás das câmeras”, “estilo TV”, “vídeos”, “tudo sobre”.

Na editoria “capítulos”, há um breve resumo dos capítulos da semana. Em “personagens”, é apresentado o perfil de cada personagem da novela, relaciona as cenas em que o personagem esteve envolvido e os destaques da novela em que ele teve participação. “Vem por aí” possui conteúdo semelhante a editoria “capítulos”, a diferença é que os resumos apresentados podem ser os que ainda irão ser transmitidos, ou os que já foram ao ar. A organização nesta editoria é feita por conteúdo, sem seguir, necessariamente, uma ordem cronológica.

Em “por trás das câmeras” são postados conteúdos extras relacionados aos atores, como por exemplo, o que cada ator acha de seu personagem e que destino ele deveria ter ao longo da trama, ou ainda ensaios fotográficos dos atores. “Estilo TV” também possui conteúdo extra ao da novela, entretanto, relacionado a trama. Como a semelhança entre personagem e ator, os figurinos dos personagens, além de dicas de beleza de alguns personagens.

A editoria “vídeos” é a galeria onde são postadas as cenas da novela. É possível acompanhar a novela através desta editoria, já que são postados os vídeos de todos os capítulos. Para assinantes da Globo.com, os capítulos são disponibilizados na íntegra. “Tudo sobre” é a editoria onde acumula o maior número de exemplos transmídia. Esta editoria direciona o usuário a outras abas como: “blog da Socorro”, “luxury” e “o

mexerico.com”. O “blog da Socorro”, trata-se de um fã-club de umas das protagonistas da novela, a it-girl Amora Campana. O blog é alimentado frequentemente, mantendo-se atual. “Luxury” é o site do programa de mesmo nome exibido na telenovela. Neste espaço, são postados conteúdos de moda, dicas de beleza e entrevistas feitas no programa. “O mexerico.com” é o site de fofoca da trama. Ele desempenha o papel de um site real, abastecido com fofoca das celebridades da novela.

A novela “Sangue Bom”, através de seus suportes na internet, estimula a participação ativa dos internautas com postagens na rede social Facebook e com os conteúdos relacionados ao folhetim publicados em seu site oficial. Desta forma, a novela insere mais elementos a serem explorados por outras mídias, já que “cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia” (JENKINS, 2008, p. 158).

Neste sentido, o site da telenovela configura-se como uma ferramenta de apoio ao folhetim, construindo uma narrativa paralela através da transmidiação do produto para esta plataforma. Desta maneira, abre-se um espaço amplo para discussão, que hoje vai além dos limites físicos da sala de estar. Por consequência, aproxima os telespectadores dos produtores de conteúdo.

## 5. Considerações Finais

Com o crescente número de telespectadores que migram para a internet em busca de conteúdos extras a ficção, as telenovelas entram em uma nova fase, cujo hibridismo com a internet, é a grande marca. A transmidiação em novelas da Rede Globo não é uma novidade de “Sangue Bom”. A emissora começou a explorar esse tipo de narrativa quando exibiu, em 2010, o remake da novela Tititi. Entretanto, a novela que mais soube explorar esses recursos foi “Cheias de Charme”, exibida em 2012. Hoje, as atuais novelas da Rede Globo (“Flor do Caribe”, “Sangue Bom”, “Amor à Vida” e “Saramandaia”) usam este suporte para estreitar a relação telespectador/internauta.

Apesar da queda significativa de audiência, a televisão atrela cada vez mais os seus conteúdos à internet, mediante o crescimento de plataformas do uso da internet e

de plataformas sociais como a do Facebook. Para Souza (2011) “as narrativas ficcionais se caracterizarão por uma estrutura não linear e multiforme (...), pois muitas destas obras contarão com a participação efetiva e decisiva de seu espectador através da interatividade”. Neste sentido, a rede social apresenta-se como ferramenta importante de interação entre seus usuários. Os telespectadores encontram no site da novela e na rede social Facebook um tipo de extensão do folhetim, onde há um espaço para discussão e possibilidade da participação ativa na construção de uma realidade paralela à trama exibida na TV. A novela, atrelada à internet, consegue ter um alcance além da “sala de estar” da casa e atingi novos públicos, por meio desta narrativa que se faz presente nas diversas mídias.

## Referências

FIGUEIREDO, Ana Maria C. **Teledramaturgia Brasileira: arte ou espetáculo?**. São Paulo: Paulus, 2003.

HAMBURGER, Esteher. **O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Trad. Suzana Alexandria. 1ª Ed., São Paulo: Aleph, 2008.

O que é **fanpage**, Facebook, 2013. <http://www.facebook.com/help/search/?q=fanpage>

Página oficial da novela “Sangue Bom” na rede social Facebook. Disponível em: <http://www.facebook.com/NovelasTVG>

Portal Ibope. **Pesquisa revela que as transmissões de futebol e as telenovelas continuam a ser grandes atrações da televisão aberta**. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=IBOPE+Media&docid=18F79BFD17926B05832579650062537C>

Portal Ibope. **No Brasil, 43% dos internautas assistem à TV enquanto navegam**. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=Internet&docid=66A43BC611E674AB83257A2800683047>

Portal Ibope. **Número de pessoas com acesso a internet passa de 100 milhões**, São Paulo, 2013. <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/Numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-passa-de-100-milhoes.aspx>

---

Portal de notícias G1. **PC com internet é o bem durável que mais cresceu nos lares.** São Paulo, 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/09/pc-com-internet-e-bem-duravel-que-mais-cresceu-nos-lares-diz-ibge.html>

Portal de notícias G1. **Número de casas com TV supera o das que tem geladeira.** São Paulo, 2012. <http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.html>

Site oficial da novela **Sangue Bom** no Portal da Globo. Disponível em: <http://tv.globo.com/novelas/sangue-bom/index.html>

SOUZA, Edvaldo Olécio de. **A Ficção Seriada Diante da Convergência Tecnológica e Midiática.** Artigo publicado na Revista GEMInIS – Ano 1: 2011. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/6>