
“Malhação: Toda Forma de Amar”, Rede Globo e estratégias para o resgate da audiência¹

Emília FELIX²

Fabíola CALAZANS³

Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a novela “Malhação: Toda Forma de Amar”, traçando paralelos com as duas temporadas anteriores, respectivamente “Malhação: Vidas Brasileiras” e “Malhação: Viva a Diferença”, para compreender como a Rede Globo resgata elementos utilizados em narrativas anteriores para recuperar audiência em momentos de crise. A pesquisa foi feita por meio de comparações entre os enredos e da recepção das temporadas tanto pelo público como pela crítica. Conclui-se que a emissora mantém um diálogo constante com o telespectador para identificar que direção devem tomar suas produções. Mesmo trazendo experimentações na base da tentativa e erro, a empresa possui estratégias para subir níveis de audiência uma vez perdidos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Telenovela; Rede Globo; Malhação; Sucesso.

Introdução

A Rede Globo tem um papel significativo para a história da televisão brasileira. Surge como emissora na década de 1960 com o instrumental técnico e profissional necessário para levá-la ao topo ainda nos primeiros anos de operação. O padrão de qualidade imposto pela empresa no que diz respeito aos programas televisivos traz aspectos não só de produção, mas sobretudo de conteúdo e distribuição. A manutenção do sucesso pela emissora tem participação importante do público, que integra pesquisas realizadas periodicamente para garantir que o conteúdo esteja de acordo com os anseios desses espectadores.

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Recém-graduada do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC/UnB), e-mail: emifelix7@gmail.com.

³ Orientadora, professora adjunta e pesquisadora da FAC/UnB. Pesquisadora dos grupos Tecnologia, Imagem e Subjetividade, Comunicação e Produção Literária - Grupo Siruiz - UnB e Cultura, Mídia e Política, e-mail: fabiola.calazans@gmail.com.

Tentar entender como os programas de televisão se rearranjam com o passar dos anos para que se adequem ao perfil do público permite estudar a mídia com foco em padrões de consumo, abrindo possibilidades para entender o comportamento do espectador e possíveis tendências futuras, trazendo consigo suas dimensões sociais, culturais, políticas e até econômicas (SILVERSTONE, 2011). Por estarem inseridas na lógica da indústria cultural, as produções televisivas seguem um propósito que é sobretudo comercial, já que dependem de propagandas para seu sustento. A busca pelo melhor tipo de conteúdo atrela, então, conteúdos que atendam ao mesmo tempo a linha editorial da emissora, os telespectadores e os potenciais anunciantes.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar o programa “Malhação: Toda Forma de Amar” (2019) para mostrar como, após uma queda de audiência, a emissora reutilizou componentes de “Malhação: Viva a Diferença” (2017/2018) como tentativa para reerguer o alcance da temporada. “Malhação: Viva a Diferença” teve sucesso atestado pela indústria e pela crítica, algo que não se via desde 2009 no programa⁴. Como a temporada subsequente, “Malhação: Vidas Brasileiras” (2018/2019) não teve a mesma sorte, trazendo um dos piores índices de audiência da década até agora⁵, uma das estratégias da Rede Globo foi inserir na nova temporada alguns recursos utilizados em “Malhação: Viva a Diferença” como forma de reforçar o vínculo do programa com uma fórmula já aceita pelo público e resgatar a audiência perdida.

A novela Malhação

“Malhação” surgiu na década de 1990, momento em que a telenovela brasileira já tinha sua própria cara. Inspirada em folhetins, no cinema, no melodrama e no rádio, a produção televisiva de entretenimento no Brasil inseria elementos cotidianos e realistas com o objetivo de aproximar o público e gerar identificação. Uma retratação do real era

⁴ Antes de completar um ano de exibição, “Malhação: Viva a Diferença” já possuía uma média de audiência superior às últimas nove temporadas de “Malhação”, com 22 pontos, segundo o Painel Nacional de Televisão (PNT). Disponível em:

https://www.terra.com.br/diversao/purebreak/malhacao-viva-a-diferenca-bate-recorde-e-tem-uma-das-melhores-audiencias-dos-ultimos-anos_ae758fccab47b1dd5ee9db765fc5e92car20xpwa.html. Acesso em: 29 jun. 2019.

⁵ “Malhação: Vidas Brasileiras” alcançou 16 pontos médios de audiência do Ibope. A menor pontuação da década foi de “Malhação: Intensa Como a Vida” (2012/2013) e “Malhação Casa Cheia” (2013/2014), ambas com 14 pontos. A maior pontuação, pelo contrário, foi de “Malhação: Viva a Diferença”, com 21. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Malha%C3%A7%C3%A3o#Audi%C3%Aancia>. Acesso em: 29 jun. 2019.

criada por meio da ficção (MELO, 1988), que sempre acompanha as transições do público e busca abordá-las em suas obras com verossimilhança, justamente para que esse contato não se perca.

Com “Malhação” não foi diferente. O programa estreou em 1995 com moldes no *soap opera*, gênero televisivo estadunidense que une características dos seriados e das telenovelas. Introduzida na grade de programação para acompanhar as tendências do mercado, a novela retratava em suas narrativas o mesmo que se via nas vitrines, à época a juventude e tudo o que dizia respeito à identidade jovem (CAMINHA, 2018). Foi também quando o século XX ganhou o *status* de século da adolescência, momento em que todas as novelas da Rede Globo passaram a ganhar um núcleo jovem (FISCHER, 1996) e o crescimento de mães e mulheres no mercado de trabalho deu à mídia o papel de educadora nos lares familiares (MENEGAZ, 2006).

Já tendo a televisão como membro da família e veículo que guia hábitos e práticas da sociedade desde a década anterior, a emissora passa a utilizar as telenovelas como estímulo à reflexão sobre questões sociais brasileiras por meio de uma estratégia chamada de *merchandising* social (COUTINHO; QUARTIERO, 2010). Dessa forma, programas como “Malhação” se colocam em uma posição de produtos voltados para o entretenimento ao mesmo tempo em que abordam de forma educativa questões relacionadas à sociedade (FELIX, 2019).

De todo modo, a introdução de temas que instiguem o telespectador acompanha também as tendências sociais. Isso significa que assim como as pessoas e suas práticas mudam, também muda a teledramaturgia, que busca meios para se adequar a essa nova realidade (FELIX, 2019). Falando em televisão, as mudanças são aplicadas na base da tentativa e erro e visam sobretudo a manutenção da audiência, um dos elementos fundamentais para medir o retorno dos programas exibidos.

“Malhação”, enquanto novela que fala sobre o jovem mas não só para o jovem, traz em suas narrativas histórias e elementos próprios dessa faixa etária, trabalhados de uma maneira que dialogue com todos os públicos, buscando assim instigar a conscientização em toda a população a respeito do que é ser jovem e de como lidar com questões que permeiam esse grupo. Como a realidade da juventude também é algo que

se transforma, “Malhação” tem uma abordagem diferente em cada temporada, que segue também a linha do autor responsável e da promessa proposta para cada uma. Assim como em outras telenovelas, a recepção dessas mudanças pode ser medida pelo público e pela forma como assimilam a ideia da narrativa.

A busca por audiência

“Malhação: Toda Forma de Amar” é a 27ª temporada da novela, que continua a premissa do programa de retratar a juventude brasileira, mas já mostra uma mudança bem significativa com relação à temporada anterior, “Malhação: Vidas Brasileiras”. A temporada traz a história de Rita, uma adolescente que foi afastada de sua filha após o parto com o argumento de que ela havia morrido. Após um ano, quando descobre que a filha estava viva e havia sido adotada por uma família do Rio de Janeiro, decide ir em busca da guarda da criança. Junto à Rita, há um arco que a une a mais cinco adolescentes que se conhecem porque ficam presos na mesma van em Caxias, na Baixada Fluminense. O grupo se aproxima depois de presenciar um assassinato por parte da polícia. Na busca pela resolução do crime, acaba surgindo uma amizade entre eles, cada um com seu arco específico, dando a complexidade que a narrativa tem⁶.

Em “Malhação: Vidas Brasileiras”, trama anterior a “Malhação: Toda Forma de Amar”, o protagonismo focou na personagem da professora Gabriela, que a cada quinze dias adentrava na realidade de algum estudante e com isso eram trabalhadas as questões sociais pertinentes ao universo adolescente. Inspirada na *soap opera* canadense *30 vies*⁷, a temporada foi a primeira experiência de “Malhação” com uma adaptação de obra estrangeira e não trouxe o retorno esperado no que diz respeito à audiência, alcançando uma de suas melhores médias semanais apenas após quatro meses de exibição⁸. Como

⁶ A sinopse da temporada fornecida pela plataforma Globo Play é: “Escrita por Emanuel Jacobina, ‘Malhação – Toda Forma de Amar’ conta histórias de amor que se cruzam, sejam elas sobre casais, irmãos, pais e filhos, ou um grupo de amigos”. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/malhacao-toda-forma-de-amar/p/11225/>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

⁷ A *soap opera* conta a história de uma professora que coloca os problemas cotidianos de seus estudantes acima de sua vida pessoal. A trama é desenvolvida com o aprofundamento de um assunto a cada quinze dias e tratou de assuntos como abuso sexual, xenofobia, doenças sexualmente transmissíveis, automutilação e depressão. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/30_vies#Sinopse>. Acesso em: 30 jun. 2019.

⁸ Em reta final de exibição, “Malhação: Vidas Brasileiras” alcançou 18 pontos no Ibope na audiência semanal, entre 25 e 29 de março de 2019. Desde o início, em março de 2018, os principais picos de audiência foram 19,2 entre 2 e 6 de julho de 2018 e 18,1 entre 30 de agosto e 3 de julho de 2018. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.hol.uol.com.br/audiencia-da-tv/2019/04/malhacao-tem-melhor-media-semanal-do-an>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

“Malhação: Viva a Diferença” havia tido um sucesso de audiência que não se via desde 2009, muitas expectativas foram colocadas por parte da crítica para essa nova temporada, que acabou decepcionando nesse sentido.⁹

A associação de “Malhação: Vidas Brasileiras” ao fracasso pela crítica¹⁰ fez com que a Rede Globo buscasse novas estratégias para a novela que resgatasse a audiência perdida em 2018 e 2019 nessa faixa de horário¹¹. Dessa forma, entra em cena “Malhação: Toda Forma de Amar”, temporada número 27 e que devolve o protagonismo aos personagens jovens, que desenvolvem seus arcos ao longo de toda a narrativa, e não segmentados por personagem e assunto dentro de cada período de quinze dias, como era antes. O curioso é que muitas das características de “Malhação: Toda Forma de Amar” lembram “Malhação: Viva a Diferença”, insinuando que a emissora trouxe de volta elementos com sucesso já atestado pelo público para reforçar a identificação do telespectador com o conteúdo.

As relações entre as duas temporadas foram traçadas desde o primeiro capítulo de “Malhação: Toda Forma de Amar”, a começar pela música de abertura, interpretada pela cantora Iza e por Milton Nascimento¹². A canção “Paula e Bebeto” remonta a música cantada pelos personagens Guto e Benedita de “Malhação: Viva a Diferença”, já renovando os laços do consumidor. As cenas iniciais de “Malhação: Toda Forma de Amar” traziam os personagens em um piquenique na cidade de São Paulo, lembrando muito uma das cenas iniciais de “Malhação: Viva a Diferença” e impulsionando

⁹ “Malhação: Vidas Brasileiras” terminou com média de audiência de 16,1, um número bem menor do que a média de “Malhação: Viva a Diferença”, a queridinha da crítica que fechou exibição com 20,4, o maior índice geral para “Malhação” desde 2009. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/04/14/com-versao-de-sucesso-canadense-vidas-brasileiras-derruba-audien-cia-de-malhacao-127373.php>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁰ O fim de “Malhação: Vidas Brasileiras” foi visto pelo crítico do blog Observatório da Televisão como um fracasso. A associação foi dada por conta dos níveis de audiência alcançados pela temporada, que foram, nas palavras do autor, “mediocres”. Disponível: <<https://observatoriodatelevisao.hol.uol.com.br/audiencia-da-tv/2019/04/malhacao-vidas-brasileiras-se-despede-com-baixa-audiencia-confirma-a-previa>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹¹ “Malhação: Vidas Brasileiras” foi responsável pela maior queda de audiência entre uma temporada e outra de “Malhação” em 12 anos. A diferença é de quase cinco pontos com relação a “Malhação: Viva a Diferença”. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/03/06/vidas-brasileiras-tem-a-maior-queda-de-temporada-de-malhacao-em-12-anos-125613.php>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹² A versão da música utilizada para a abertura de “Malhação: Toda Forma de Amar” pode ser encontrada no canal da Rede Globo no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RzEDO7Q5LUNE>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

brincadeiras feitas pelos próprios fãs, como mostra a imagem abaixo, retirada do Twitter:



Kathleen
@skathwas75

Seguindo

-Posso copiar seu trabalho?
-Sim, só não faz igual
-Pode deixar

#Malhação



17:18 - 16 de abr de 2019

Fonte: Twitter.

A postagem de 16 de abril de 2019 mostra cenas das duas temporadas, dando a entender que a emissora repetiu a fórmula. A estreia foi muito elogiada pela crítica e pelo público, que teceu muitas comparações e viu isso como algo positivo para a imagem de “Malhação”, que estava rebaixada por conta do baixo desempenho de “Malhação: Vidas Brasileiras” no Ibope¹³. Além disso, o mais evidente nas duas

¹³ O Observatório da Televisão mostra que as comparações entre as temporadas podem ser ocorrência do sucesso de “Malhação: Viva a Diferença”, que ainda não foi superado pelos fãs. Disponível em:

narrativas é a introdução de um grupo de adolescentes que se torna amigo por conta de um incidente. Em “Malhação: Viva a Diferença”, foi um parto no metrô, e em “Malhação: Toda Forma de Amar”, foi um sequestro em uma van¹⁴. A união dos grupos inicialmente para a resolução de pequenos conflitos passa a ganhar a dimensão de uma grande amizade que ocupa as vidas e os dramas pessoais de cada personagem e a discussão sobre os temas que integram a vida do adolescente.

Da mesma forma, “Malhação: Toda Forma de Amar” apresenta um enredo que inclui um grupo de jovens com realidades sociais e culturais diferentes mas que a partir do momento que se unem, encontram apoio e força para a resolução de problemas por meio da superação de suas diferenças. Como o crítico André Santana do blog Observatório da Televisão diz, qualquer semelhança com as protagonistas “Malhação: Viva a Diferença” não é mera coincidência¹⁵.

Dessa maneira, a emissora optou por voltar a retratar realidades e questões sociais de uma forma mais séria e profunda, como fez em “Malhação: Viva a Diferença” (FELIX, 2019) do que se manter na superficialidade de “Malhação: Vidas Brasileiras”, que por manter um assunto em pauta apenas por quinze dias, acabava não entrando o suficiente nos assuntos e trazendo um dinamismo que às vezes atrapalha o aprofundamento de conflitos¹⁶.

Existe um fio cultural que permeia o hábito de se assistir à televisão e que mesmo que cada um pratique o hábito na particularidade de seu lar, é possível perceber como a mídia opera de modo que se adapta ao público ao mesmo tempo em que o público se adapta à mídia (FELIX, 2019). Essas adaptações e transformações ajudam a

<<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/noticia-da-tv/2019/04/nova-malhacao-estrela-com-elogios-na-web-e-comparada-a-icone-viva-a-diferenca>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

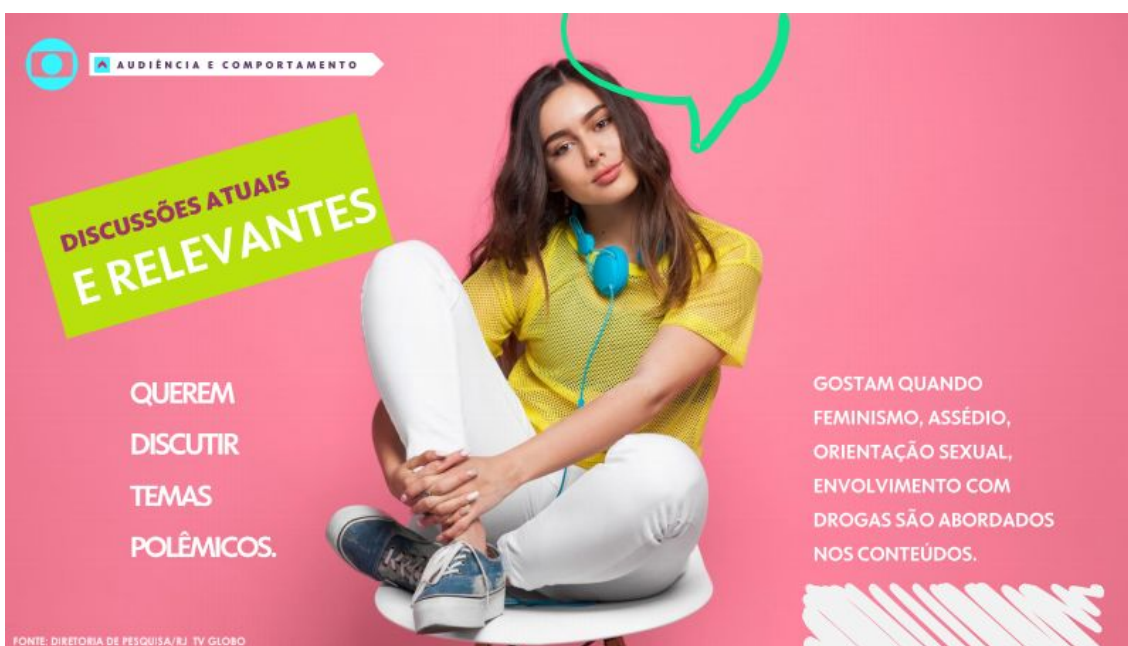
¹⁴ A repetição de um grupo jovem como protagonista é apontada pela crítica como uma repetição de “Malhação: Viva a Diferença”, vista também como a temporada do programa que atingiu maior sucesso na década. Disponível em: <<https://www.ocanal.com.br/novelas/malhacao/malhacao-toda-forma-de-amar-repetira-formula-de-sucesso-de-viva-a-diferenca>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁵ Para o crítico, “Malhação: Viva a Diferença” deu uma nova cara para o programa, que acabou trazendo novamente o protagonismo de um grupo que se une em meio a suas próprias diferenças em meio a um conflito mais realista, segundo a proposta do autor da temporada, Emanuel Jacobina. Disponível em: <<https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/critica-de-tv/2019/04/malhacao-toda-forma-de-amar-estrela-em-ritmo-de-viva-a-diferenca>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁶ A aposta da emissora na inspiração canadense que foca em um assunto a cada quinze dias tinha como objetivo inicial trazer mais movimento à narrativa, mas acabou sendo vista pela crítica como negativa, pois não havia tempo hábil para aprofundar as temáticas em tão pouco tempo. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/malhacao-confunde-dinamismo-com-superficialidade-e-erra-nas-tramas--22332>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

entender como surgem e mudam os significados atribuídos às coisas com o passar dos anos e como isso também influencia a produção de mídia, de modo que ela continue inserida na cultura da mídia (KELLNER, 2001).

A Rede Globo também delinea suas estratégias por meio de grupos focais periódicos realizados com telespectadores para falar sobre as telenovelas. Ainda, explora a internet para ir em busca daquilo que o jovem faz e quer falar sobre e também aquilo que consome, até porque o público que acompanha “Malhação” pela televisão é em sua maioria composto de maiores de 50 anos (FELIX, 2019). Há uma equipe especializada em pesquisa que opera na Rede Globo justamente para identificar aspectos como os representados na imagem abaixo, retirada do documento que divulga “Malhação: Vidas Brasileiras” para potenciais anunciantes utilizando dados de “Malhação: Viva a Diferença”:



Fonte: Rede Globo.

Todas as estratégias se unificam para dar ao conteúdo a melhor abordagem possível, que passe a mensagem, estimule a reflexão, cumprindo a premissa do *merchandising* social, e ainda assim chame atenção dos anunciantes. Assumir uma posição de emissora que está disposta a transformar suas produções mostra um potencial

da Rede Globo com relação à inserção de temas “polêmicos” na programação. Isso ocorre porque alguns assuntos vêm à tona por serem demanda do próprio público e mesmo que aparentemente não caminhem de encontro à linha editorial da emissora, são uma resposta para os achados de pesquisa realizados pela empresa com relação a cada produto.

No caso de “Malhação”, dizer que o público tem interesse em tratar de assuntos reais e polêmicos como o uso de drogas e o feminismo faz com que a emissora procure maneiras de introduzir esse tipo de discussão na novela. A diferença está na maneira como as abordagens são feitas. Em “Malhação: Viva a Diferença”, por exemplo, foram apresentados assuntos delicados como o racismo institucional e o preconceito de classe, mas a equipe soube tratar dos temas com a delicadeza que exigiam, sendo este um dos motivos para o sucesso da temporada (FELIX, 2019). Já em “Malhação: Vidas Brasileiras”, a abordagem seguiu os moldes de sua inspiração canadense e se adentrou em cada tema somente pelo período de quinze dias, fazendo com que as discussões não se aprofundassem tanto e fossem vistas pela crítica como superficiais.

Considerações Finais

Por ter mais de 20 anos de exibição, “Malhação” é um grande exemplo de como a televisão se reorganiza ao longo do tempo. Enquanto as novelas da Rede Globo têm características que remetem a cada horário, como é o caso de novelas de época às 18h e novelas mais cômicas às 19h, está no imaginário do brasileiro a ideia de que às 17h haverá um programa típico da juventude e que não restringe o diálogo somente a ela, já que apresenta abordagens que tentem atingir pessoas de todas as faixas etárias.

O programa começou com uma estrutura mais rígida, inicialmente tomando espaço em uma academia e depois ganhando novas locações, como foi o caso do colégio Múltipla Escolha, presente entre as temporadas 6 e 16. Da mesma forma, os jovens retratados que inicialmente retratavam a vitrine do consumo à época e eram brancos, malhados e atléticos passaram a dar espaço para uma juventude mais próxima do real, a fim também de impulsionar a identificação do público brasileiro com aqueles

personagens e suas vivências, de forma que também pudessem se enxergar nas narrativas. As temporadas que traziam locações e personagens de tramas anteriores saíram de cena para que o programa tivesse um só tema, elenco e locação em cada temporada, fazendo com que elas ganhassem sua própria “personalidade”. Curiosamente, foi quando “Malhação” passou a ganhar subtítulos para as temporadas, a partir das 17ª, exibida em 2009 e 2010.

Essa experimentação mostra que a Rede Globo, enquanto emissora, se preocupa com a importância dos índices de audiência e sabe que para mantê-los no nível esperado é preciso criar formas de manter um diálogo constante com o público, até porque a telenovela é um produto midiático que é escrito e criado ao mesmo tempo em que é exibido, o que abre brechas para eventuais mudanças. Um grande exemplo disso é a utilização do Globo Lab¹⁷ para que jovens universitários pudessem ajudar na criação da campanha digital de “Malhação: Viva a Diferença”¹⁸ e de conteúdo audiovisual para “Malhação: Vidas Brasileiras”¹⁹.

Nesse sentido, a exibição inicial de “Malhação: Toda Forma de Amar” com características claramente associadas a “Malhação: Viva a Diferença”, a temporada que “deu certo”, mostram não só como “Malhação” se rearranja com o passar dos anos, mas como a Rede Globo estuda o ambiente midiático e sabe quando é hora de deixar a experimentação de lado e possivelmente dar voz para uma prática antiga porque sabe que aquilo será bem recebido pelo público.

REFERÊNCIAS

¹⁷ O Globo Lab é um laboratório de inovação criado pela Rede Globo para fomentar a produção de conteúdo e convidar jovens universitários para oportunidades de co-criação de material para a emissora. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/globo-lab/noticia/globo-lab_ghtml>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁸ Em 2017 a Rede Globo reuniu 20 jovens estudantes de comunicação, audiovisual e design para uma imersão de três dias, onde ficaram responsáveis por criar propostas de campanha digital para a divulgação da temporada. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/globo-lab/noticia/globo-lab-malhacao-viva-a-diferenca-confira-a-experiencia-dos-participantes_ghtml>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁹ Em sua quinta edição, o Globo Lab seguiu com a prática de convidar estudantes para a discussão e criação de soluções audiovisuais para “Malhação: Vidas Brasileiras”. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/globouniversidade/novidades/globo-lab/noticia/5-edicao-do-globo-lab-cria-contenido-audiovisual-para-malhacao-vidas-brasileiras_ghtml>. Acesso em: 30 jun. 2019.

CAMINHA, Marina. A teledramaturgia juvenil brasileira. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Orgs.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018.

COUTINHO, Lidia Miranda; QUARTIERO, Elisa Maria. O merchandising social em Malhação: estratégias socioeducativas para adolescentes. In: **Revista Educação em Questão**, Natal, v. 39, n. 25, p. 84-107, set./dez. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/educacaoemquestao/article/view/4015/3282>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

FELIX, Emília. **O sucesso da diversidade: a percepção dos fãs sobre “Malhação: Viva a Diferença”**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, DF, 2019.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade**. Tese, (Doutorado em Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, 300 p., 1996. Disponível em: <<http://adolescentes.pbworks.com/f/000188015.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

MELO, José Marques de. **As Telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

MENEGAZ, Camila Vital. **Dez anos de Malhação: e como fica a adolescência?** Dissertação, (Mestrado em Psicologia Social e Institucional) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, 181p. 2006. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/8017/000565037.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 3. ed. São Paulo Loyola, 2011.