



Metarepresentação da sexualidade feminina nas mídias sociais digitais: Universo das periguetes nas telenovelas da Rede Globo¹

Thaynan Brito Mendes²

Márcio Gonçalves³

Universidade Estácio de Sá, RJ
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, RJ
Faculdades Integradas Hélio Alonso, RJ
Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, RJ

Resumo

O presente artigo visa analisar como a convergência das mídias está inserida nos meios de comunicação de massa, assim como inquirir a respeito do novo perfil do telespectador, frente aos dispositivos tecnológicos. O objeto de estudo deste trabalho é a *fan page* intitulada Maria Vanúbia – a sincera. Através da análise de textos e imagens nesta mídia social, precedido de pesquisas teóricas, o artigo explora também o papel da mulher na sociedade atual e uma nova tribo que surge englobando estas mulheres que assumem a identidade de periguetes. Ao decorrer da pesquisa objetivamos elucidar questões sobre o tema.

Palavras-chave

Convergência midiática, *fan page*, periguite, sexualidade, telenovela.

¹ Trabalho apresentado no DT 05 - Rádio, TV e Internet do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Graduada em Comunicação Social pela Universidade Estácio de Sá e mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Email: thaynanbritomendes@hotmail.com

³ Professor da FACHA, coordenador de curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá, Doutor em Ciência da Informação pela UFRJ/IBICT. Email: marciog.goncalves@gmail.com



Introdução

O referente trabalho busca compreender as transformações as quais a sexualidade feminina atravessou ao longo das últimas décadas. O corpo que hoje é explorado pelas mulheres como objeto de desejo e sedução frente aos homens, a ponto destas se reunirem em um novo grupo. Este se reporta a tribo das periguetes, objeto de estudo desta pesquisa.

Elas estão presentes nas telenovelas e considerando que o gênero é um reflexo de nossa sociedade surge a importância de desenvolver esta investigação. Entender quem é esta nova mulher, ousada, moderna, sexy, feminina e auto-suficiente que além de ter invadido as telenovelas também pode ser encontrada em nossa comunidade.

Além disso, o estudo da convergência midiática desenvolvido neste artigo se faz pertinente devido ao fato deste ser um novo fenômeno o qual vivenciamos, portanto precisamos depreender. O sujeito agora mediado pelas novas tecnologias digitais participa do processo de desenvolvimento de conteúdo, através da rede os indivíduos formam uma grande comunidade geradora de discussões e debates. Esta interação digital reporta o homem ao compartilhamento de informações, troca de experiências e aquisição de cada vez mais conteúdo. Por meio da interatividade o indivíduo entra em contato com o outro e a partir daí começa uma troca de experimentos.

O modelo tradicional da comunicação de massa onde o emissor produz e transmite o conteúdo da mensagem através de um meio de comunicação massivo e o receptor apenas recebe a mensagem, foi modificado em virtude do avanço tecnológico, que possibilitou ao receptor produzir o próprio conteúdo e distribuí-lo da forma que quiser, através da rede. O receptor, portanto, assumiu as rédeas da sua própria programação, assistindo ao conteúdo que deseja e podendo expressar-se livremente por meio da internet.

O conceito de transmídia, alinhado a análise das postagens na *fan page* Maria Vanúbia – a sincera, faz com que se torne possível observar que o público tem cada vez mais necessidade de interação. Verificaremos ao decorrer deste artigo que as diferentes mídias unem-se devido a convergência tecnológica e caminham juntas para atender ao público telespectador-internauta.

Metarepresentação e mediação

Considerando o papel favorecido pela internet na vida dos sujeitos, estes podem assumir identidades as quais não são as suas, tal processo é mediado pela mesma que possibilita ao indivíduo desenvolver uma página em uma determinada rede social e tomar para si a identidade do referente personagem.

Contudo é essencial considerarmos o conceito de identidade proposto pelo professor jamaicano Stuart Hall (2004), que nos abrange esta noção. De acordo com o principal personagem do Cento de Birmingham, a identidade dos sujeitos torna-se constantemente mutável, uma vez que,



a sociedade se transforma de acordo com o tempo, o espaço, os seus habitantes, a cultura local, etc. Acrescentamos ainda outros valores individuais como a influência da família, religião, cidade, escolaridade, classe social entre outros distintos fatores que culminam para que os cidadãos apesar de compartilharem a mesma comunidade resultem em pensamentos, crenças, valores, comportamentos e modelos tão distintos uns dos outros.

A mídia impõe roteiros os quais são seguidos pela sociedade de massa. Há uma cultura que é aduzida por ela e produz um denominador comum, homens e mulheres de cultura mediana. Edgar Morin (2011) nos envolve com o termo cultura de massa, o filósofo francês parametriza a respeito de uma cultura aplicada pela mídia de massa como os jornais, revistas TVs, rádios e atualmente podemos fazer menção aos computadores conectados a internet. Tudo isto alvitra em uma cultura homogênea, partilhada pelos mesmos sujeitos da sociedade contemporânea que acabam por aquinhoar das mesmas singularidades.

Proposições teóricas correlatas aparecem no pensamento do pesquisador Douglas Kellner (2001), o professor norte americano coteja o conceito de cultura da mídia, esta é responsável por fazer com que os indivíduos desenvolvam hábitos, estilo e gostos similares, pois estes alimentam-se dos mesmos dispositivos tecnológicos e como já fora citado por Morin (2011), esta cultura de massa unifica os sujeitos. Também pode ser observado nas palavras de Kellner (2001).

Há uma cultura veiculada pela mídia cuja as imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam suas identidades. O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser produto da indústria cultural fornece os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou importante. (KELLNER, 2001, p.9)

Todavia, além de refletirmos a respeito das identidades dos sujeitos como já excogitamos, é relevante aludir o conceito de representação.⁴

Através da representação os sujeitos os quais se identificam com um determinado personagem de uma telenovela podem desenvolver *fan pages*⁵ na rede social *facebook*, assumindo temporariamente a identidade de seus respectivos personagens os quais tenham interesse. Dentro

⁴ S. f Ato ou efeito de representar. Exposição/exibição.
Disponível em <http://www.dicionarioaurelio.com/Representacao.html>

⁵ Páginas encontradas na rede social *facebook*, onde fãs podem interagir com o produto. Estas páginas existem para que empresas, artistas, marcas, corporações, entre outros, possam manter contato imediato com o público, visto que o feedback é rápido e acolita de maneira ativa a participação do internauta.
Disponível em <http://www.webinterativa.com.br>



deste contexto, pode-se compreender a metarepresentação do ponto de vista de um indivíduo que é fã ou que de algum modo identifica-se com determinado personagem, seja de telenovela, seriado ou programa, com um artista ou com uma celebridade. Tal identificação e/ou admiração o impulsiona a apropriar-se desta nova identidade, através da *fan page*, que após ser criada passa a ser abastecida com seus gostos e interesses, porém mantendo uma linha tênue que aproxima o personagem real do personagem desenvolvido através da metarepresentação.

Sexualidade: valorização do corpo dos personagens das telenovelas

Atualmente vivenciamos a sociedade pós-moderna, falar sobre sexo é um tema comum para muitos indivíduos, entretanto, para outros o objeto ainda gera polêmicas e tabus. De acordo com Michael Foucault (2011), residimos em uma sociedade onde não se pode discursar sobre tudo, alguns assuntos são tidos como invioláveis.

Em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de *exclusão*. O mais evidente, o mais familiar também é a *interdição*. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer de tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa. (FOUCAULT, 2011. p 9)

No decorrer da história da sociedade humana a temática sexualidade sempre foi um assunto delicado ao ser pronunciado. O ponto era tratado como um segredo e também fora reprimido. De acordo com Anthony Giddens (1993), atento para as transformações ocorrentes na comunidade, o sexo era retratado desde a idade média até a contemporaneidade, modificando-se ao longo da história. Contudo é válido reafirmar que o assunto ainda é tido como algo intocável para alguns membros da sociedade.

Segundo Foucault (2011), “poder falar de sexualidade se podia muito bem e muito, mas somente para proibi-la” (p.239). Para elucidar a afirmativa é importante enfatizar o conceito do autor sobre as sociedades disciplinares. Instâncias estas, as quais os indivíduos percorrem ao longo da vida, que os modelam, ditam como devem agir, o que ser, o que fazer, como se comportar e conduzem seus pensamentos.

Tais afirmativas nos levam a refletir que o sexo se estabelece como uma temática a qual produz indivíduos que não são livres para relacionarem-se da maneira a qual desejam, mas sim sujeitos condicionados pelo fato de terem passado e continuar passando ao longo da vida por estas



sociedades disciplinares, as quais de acordo com Gilles Deleuze (1992) denominam-se hoje de sociedade do controle⁶.

Complementando o pensamento de Foucault (2006), Guy Debord (2003) recorre a uma sociedade escorada no sensacionalismo e no espetáculo. Só há valor nos produtos facultados pela mídia quando estes são apresentados pelos meios de comunicação de massa. A máxima “o que aparece é bom, o que é bom aparece” é cunhada pelo francês em seu livro *A sociedade do Espetáculo*. O pesquisador orienta que há uma valia excessiva dos produtos midiáticos, os produtos devem apresentar-se esteticamente belos, sendo atrativos e chamativos para expandir o interesse do consumidor.

Na sociedade atual os sujeitos necessitam obter produtos aduzidos como prêmios, o fundamental não é o ter especificamente, mas sim aparentar ter um determinado objeto. Isto explica a facilidade para o consumo. Os indivíduos depositam expectativas em produtos aos quais acreditam que podem proporcionar-lhes destaque frente à comunidade e para tal é efetivado o consumo. O dispêndio então torna-se uma atividade ativa e rotineira. Expondo o pensamento da antropóloga social Mary Douglas (2004), os produtos são erguidos como bandeiras, ao consumir um determinado objeto defendemos o escopo lançado pela marca.

As telenovelas ao decorrer das décadas passaram a retratar cada vez mais a questão do erotismo e da sexualidade. Não raro vemos na TV cenas de beijo, sexo, traição e nudez, não somente nas telenovelas, mas também nas campanhas publicitárias, que abusam por muitas vezes do apelo erótico para destacar seus produtos. Edgar Morin (2011) faz saber sobre o assunto, ele afirma que a publicidade exorbita apelo erótico para aderir cada vez mais consumidores à marca. O importante acaba por não ser o produto em si, mais sim o corolário o qual este pode trazer.

A injeção de erotismo na representação de uma mercadoria não erótica (as publicidades que juntam uma atraente imagem feminina a uma geladeira, uma máquina de lavar ou uma soda) tem por função não apenas (ou tanto) provocar diretamente o consumo masculino, mas estetizar, aos olhos das mulheres, a mercadoria de que elas se apropriarão; ela põe em jogo junto ao eventual cliente a magia da identificação sedutora; a mercadoria faz o papel de mulher desejável, para ser desejada pelas mulheres, apelando para o seu desejo de serem desejadas pelos homens. (...) É certo que sempre existiram produtos de sedução. Mas é o novo curso publicitário que devia transformar os produtos de higiene em produtos de beleza e sedução. (MORIN 2011, p. 115)

⁶ Baseado no conceito de sociedade disciplinar do Michel Foucault, o filósofo francês Gilles Deleuze cunha o conceito de sociedade disciplinar. De acordo com Deleuze o controle torna-se algo rotineiro e os sujeitos o aceitam por ser algo natural, o poder, portanto está presente na sociedade contemporânea operando como um novo regime. Através dos dispositivos eletrônicos móveis estamos sujeitos a vigilância constante. Celulares, internet, câmeras de segurança, etc. As lógicas de poder são menos visíveis, entretanto mais fáceis de serem controladas.



Os juízos alegados aqui nos permitem ponderar a questão da sexualidade presente nas telenovelas. O tema sexo se apresenta de forma espontânea nas narrativas e tal inquisição é aceita por alguns sujeitos com naturalidade e com resistência para outros, uma vez que, vivemos em uma comunidade que em pleno século XXI ainda exhibe traços conservadores.

Mídias sociais digitais e metarepresentação das periguetes

O termo transmídia torna-se cada vez mais utilizado em nossa comunidade, para entendê-lo Henry Jenkins (2008), ancora-se no conceito de cultura da convergência. A luz da teoria de Jenkins (2008), a convergência midiática pode ser compreendida pelas diferentes funções as quais um único dispositivo móvel consegue acoplar. É o caso da internet, dos telefones celulares, tablets, smartphones, iphones, entre outros mecanismos oriundos da contemporaneidade. Por meio de um único aparelho o sujeito consegue satisfazer diversas vontades, reunindo distintos desejos que podem ser sanados pelo mesmo mecanismo. Nesta investigação trataremos especificamente da internet. Através dela é possível explorar suas múltiplas facetas que consente ao telespectador-internauta⁷ o contato direto com o meio

A convergência midiática fomenta em uma nova cultura residida pela sociedade. O indivíduo pode estar em contato com o produto midiático no momento em que desejar e tal ponte é intercedida pelas novas tecnologias da informação. Telespectador-internauta interage com o meio emitindo opiniões em diferentes plataformas, fazendo-se presente como colaborador do conteúdo, a participação, no entanto é ativa e direta. A interação digital remete ao homem o compartilhamento de informações, trocarem experiências e adquirir cada vez mais conteúdo. Através da interatividade o indivíduo entra em contato com o outro e a partir daí começa uma comuta de experimentos.

Com a propagação dos meios de comunicação a maneira dos sujeitos comunicarem-se uns com os outros foi alterada. A comunicação que durante muito tempo foi possibilitada somente face a face, libertou-se do ambiente físico, de uma forma que hoje é possível que haja interatividade mesmo que todos os envolvidos no processo não compartilhem do mesmo espaço. Exequível por intermédio da internet, os sujeitos se reúnem na rede por afinidades em comum. Como por exemplo, frequentam os mesmo sites, redes sociais, blogs e portais. Por identificarem-se com o meio passam a interagir uns com os outros.

⁷ O termo telespectador-internauta é utilizado pela autora em seus artigos que abarcam o tema da convergência midiática. O telespectador-internauta reporta ao telespectador moderno, que devido ao grau de envolvimento com a televisão expõe a necessidade de ter um contato mais próximo com a mesma e o meio que proporciona este envolvimento é a internet. Através de sites, blogs, redes sociais, *fan pages*, entre outros, o telespectador-internauta se faz presente não somente quando assiste a TV, mas também na internet, interagindo através das ferramentas disponíveis.



Michael Maffesoli (2012) cunha o termo tribalismo, pelo ponto de vista do sociólogo as tribos são formadas por indivíduos que compartilham dos mesmos gostos, hábitos, crenças, ou têm valores em comum. As tribos não necessitam compartilhar do mesmo espaço físico, uma vez que, estas podem agrupar-se no ambiente virtual.

Dentro do conceito de tribalismo, podemos expor uma nova tribo que se faz presente na contemporaneidade. Esta consiste na tribo das periguetes, constituída por mulheres jovens, independentes e liberais, são auto-suficientes e não se preocupam com a opinião alheia, se envolvem com homens que podem ser solteiros ou comprometidos. As periguetes não se apegam facilmente aos respectivos parceiros, almejando sempre um próximo pretendente o qual lhe ofereça mais vantagens. São conhecidas por estar sempre em lugares badalados, utilizam roupas curtas, decotadas, justas e chamativas. Não costumam ser delicadas, porém são bastante femininas.

Nas telenovelas da Rede Globo elas estão cativando um espaço cada vez maior, muitas se tornaram queridas pelo público. Abaixo segue a tabela com algumas periguetes dos últimos folhetins.

Personagem	Atriz	Telenovela	Ano
Valdirene	Tatá Werneck	Amor à vida	2013
Fatinha	Juliana Paiva	Malhação	2012
Lurdinha	Bruna Marquezine	Salve Jorge	2012
Maria Vanúbia	Roberta Rodrigues	Salve Jorge	2012
Suelen	Isís Valverde	Avenida Brasil	2012
Brunessa	Chandelley Braz	Cheias de Charme	2012
Cris	Regiane Alves	A Vida da Gente	2011
Theodora	Carolina Dieckmann	Fina Estampa	2011
Nathalie Lamour	Deborah Secco	Insensato Coração	2011
Tháisa	Fernanda Souza	Ti Ti Ti	2010
Norminha	Dira Paes	Caminho das Índias	2009
Bebel	Camila Pitanga	Paraíso Tropical	2007
Leona	Carolina Dieckmann	Cobras e Lagartos	2006
Darlene	Deborah Secco	Celebridade	2003

Diante do exposto infere-se a justificativa desta pesquisa. Entender esta hodierna comunidade que se forma através das periguetes. É plausível compreender o novo papel da mulher na sociedade contemporânea, na qual muitas delas assumem novas posturas, dentre elas a identidade de periguite.



Da telenovela ao facebook: análise da *fan page* Maria Vanúbia – a sincera

Para ilustrar esta investigação elegemos a personagem Maria Vanúbia (interpretada pela atriz Roberta Rodrigues) da telenovela Salve Jorge, exibida de 22 de outubro de 2012 a 17 de maio de 2013. Com autoria de Glória Perez, a telenovela discutiu como enredo principal o tráfico de pessoas. Maria Vanúbia não fazia parte do núcleo central da trama, porém conquistou destaque ao longo da narrativa devido ao fato de ser uma personagem cômica.

A jovem periguetete nascida e criada no Complexo do Alemão, uma das maiores comunidades do Rio de Janeiro, é cortejada por Pescoço (Nando Cunha), porém o malandro é casado com Deuzuite (Solange Badim) com quem Vanúbia desafeta. De pavio curto, está sempre envolvida em confusão, abusa de seu poder de sedução para conquistar os homens. Utilizando figurinos curtos e ousados, o cabelo alisado e com mechas loiras também põe em proeminência a personagem.



Foto da personagem Maria Vanúbia⁸

Com humor e originalidade suas expressões caíram no gosto popular. Alguns bordões empregados por Vanúbia são frequentemente reproduzidos pelos telespectadores-internautas. Seguem algumas de suas sentenças mais conhecidas.

⁸ Disponível em <http://www.google.com.br> em 10 de julho de 2013.



<i>“PI-PI-PI-PI-PI-PI olha o recalque internacional!”</i>
<i>“Olha o recalque chegando. PI-PI-PI-PI-PI-PI”</i>
<i>“Tô esperando, aguardo no senhor.”</i>
<i>“Quem não tem competência não se estabelece. E se você não sabe o que isso significa, vai lá do dicionário e dá uma olhadinha.”</i>
<i>“O recalque grita nesse lugar!”</i>
<i>“Olha aqui, parabéns pra senhora, sabe por quê? Seu nível de recalque é executivo.”</i>
<i>“Tá vendo como você é? Tô tentando manter uma relação com você e você ta aí não consegue segurar o seu recalque. Vamos lá, vomita!”</i>
<i>“A coisa ta fritando por lá? Pra mim o que frita é batata frita!”</i>
<i>“Se vira. Aceita que dói menos. E se não aceitar, pede ajuda.”</i>
<i>“Você é mulher de moedinha sim porque daqui tô vendo o seu cofrinho, amor!”</i>
<i>“Sou Maria Vanúbia, não sou bagunça.”</i>
<i>“Quem gosta de pescoço é gravata.”</i>
<i>“Olha aqui, Sem-Sal do Egito, ta olhando nos meus olhos? Isso é pra quem pode, não é pra quem quer. PÁÁÁ! Aceita que dói menos.”</i>
<i>“A gente é rica de iate, não é rica de barca não. Barca acumula um monte de gente, vuco-vuco, ta amarrado.”</i>
<i>“Deixa meu cavalo andar. Você não viu que eu tava ocupada falando no telefone? O nome disso aqui é TE-LE-FO-NE e eu estava A FALAR. Isso aqui não é bagunça não!”</i>

A *fan page* Maria Vanúbia – a sincera foi criada em 4 de março de 2013. Abaixo segue análise de alguns posts que foram escolhidos para a reflexão devido ao fato de terem sido os mais populares, resultando em números elevados de comentários, curtidas e compartilhamentos.



Foto da personagem Maria Vanúbia⁹

A fotografia da personagem acoplada aos dizeres: “*Com licença! Eu estou brilhando mais que o sol*” exprime uma das características mais assinaladas da moça. De auto estima elevada e bem resolvida a personagem coloca-se no centro das atenções. A grafia da palavra com licença escrita de

⁹ Foto retirada da *fan page* Maria Vanúbia – a sincera, em 10 de julho de 2013.



forma errada fomenta para que de fato o telespectador-internauta tenha a sensação de que a *fan page* é realmente produzida pela personagem. É como se esta de fato existisse e não fosse apenas uma personagem fictícia, mas ser um ser humano. A página do *facebook* é desenvolvida então com alto grau de realismo que envolve e seduz o público que a acompanha. O post foi efetuado na *fan page* em 15 de maio de 2013 e obteve 213 curtidas, 982 compartilhamentos e 31 comentários.



Foto da personagem Maria Vanúbia¹⁰

No post publicado em 31 de maio de 2013, a afirmativa cravada por Maria Vanúbia enfatiza mais uma vez sua elevada auto-estima. Por demonstrar sentir-se uma mulher tão maravilhosa, a personagem acredita que as demais jovens moradoras do Complexo do Alemão a invejam. A postagem atingiu a marca de 105 curtidas, 253 compartilhamentos e 12 comentários. Os próximos dois *posts* podem ser refletidos em conjunto, uma vez que, as afirmações que compõe as respectivas fotografias são expressões utilizadas por Vanúbia. Através de um discurso gorsseiro e informal, a personagem é agressiva para com as outras mulheres acreditando que estas sempre a invejam e falam mal dela.

Na primeira ilustração composta com os dizeres: “*Ela acha que eu sei falando mal dela por ai. Querida desculpa, mas merda só interessa á privada!!!*” podemos notar seu tom irônico e debochado, além disso a comparação feita por Vanúbia é depreciativa. O *post* publicado em 21 de maio de 2013 culminou em 77 curtidas, 468 compartilhamentos e 8 comentários.

¹⁰ Foto retirada da *fan page* Maria Vanúbia – a sincera, em 10 de julho de 2013.



Foto da personagem Maria Vanúbia¹¹

Já a segunda ilustração postada em 18 de maio de 2013 resultou na marca de 125 curtidas, 491 compartilhamentos e 16 comentários, também evidenciam a bravura da personagem para com as demais mulheres, Vanúbia sente-se superior as demais e prossegue com um discurso rude e abusivo para com as moças da vizinhança.



Foto da personagem Maria Vanúbia¹²

¹¹ Foto retirada da *fan page* Maria Vanúbia – a sincera, em 10 de julho de 2013.

¹² Foto retirada da *fan page* Maria Vanúbia – a sincera, em 10 de julho de 2013.



Considerações finais

Com o presente artigo foi possível repensarmos o papel da sexualidade feminina presente na sociedade contemporânea. A mulher que por muitos séculos fora reprimida, escondia as curvas de seu corpo através de longos vestidos, hoje abusa do seu poder de sedução, utilizando figurinos curtos, justos, decotados e chamativos para atrair os olhares masculinos. A mudança foi tamanha a ponto de hoje formar-se uma nova comunidade que abriga esta nova mulher. Moderna, sexy, bem resolvida e de auto estima elevada, como orienta Maffesoli (2012) temos um tribo e neste estudo acompanhamos a tribo das periguetes.

Este universo torna-se cada vez mais palpável e popular uma vez que estas personagens estão presentes nas narrativas. A telenovela é um reflexo da sociedade de massa, suas tramas buscam trazer a identificação para com o público que acompanha diariamente. Assistir telenovela faz parte da cultura popular brasileira, é inegável a força e influência que esta exerce frente aos indivíduos, criando hábitos, costumes, modismos, gírias e refletindo os acontecimentos da época.

A mídia é responsável por boa parte dos discursos os quais são passados para a sociedade. A televisão ainda é o veículo o qual os indivíduos têm maior contato, entretanto estes indivíduos almejando aproximar-se cada vez mais das telenovelas também se fazem presente no ambiente virtual. Por intermédio da *fan page* Maria Vanúbia- a sincera os fãs podem ter contato direto com a personagem e não apenas enquanto a telenovela estava sendo transmitida.

Através da pesquisa também foi possível discorrer a respeito da convergência midiática, o conceito de transmídia, alinhado a análise das postagens no *facebook*, faz com que se torne possível observar que o público tem cada vez mais necessidade de interagir com a rede. Verificamos neste artigo que as diferentes mídias unem-se devido à convergência tecnológica e caminham juntas para atender ao público telespectador-internauta.

Frente a todas as informações coletadas, foi possível compreender o papel da convergência midiática e o novo perfil do telespectador com todas as significativas mudanças que sofreram no decorrer dos anos. E a grande revolução foi a convergência das mídias, que permitiu a integração de diferentes meios de comunicação, e conseqüentemente a aproximação de diversos conteúdos na rede.



Bibliografia

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 1992.

DOULAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 21ª edição. São Paulo: Loyola, 2011.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2006.

GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Ed. Unesp, 1993.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 9ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

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

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo retorna, formas elementares da pós modernidade*. Rio de Janeiro. Editora Forense Universitária, 2012.

MAFFESOLI, Michel. *O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MARTIN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: espírito do tempo I: neurose*. 10ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. 12º Ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

<<http://www.coisasdenovela.pop.com.br>>

<<http://www.dicionarioaurelio.com.br>>

<<http://www.facebook.com/pages/Maria-Van%C3%BAbia-a-sincera/219898088156912?fref=ts>>

<<http://www.webinterativa.com.br>>