

MARIO ABEL BRESSAN JUNIOR & CRISTIANE FINGER

marioabelbj@gmail.com; cristiane.finger@pucrs.br

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

DESENHO METODOLÓGICO E REFORMULAÇÕES TEÓRICAS PARA A COMPREENSÃO DE UMA MEMÓRIA TELE-AFETIVA

RESUMO

O presente texto possuiu como objetivo expor de que forma o método análise de conteúdo de Laurence Bardin, aplicada em *sites* de redes sociais, podem contribuir para a análise das “falas” dos telespectadores postadas no Twitter e como os resultados estudados demonstram a formação de uma memória tele-afetiva com a programação *Déjà Vu*.

Este estudo consiste nos resultados apresentados na primeira parte da tese de doutorado deste pesquisador, que investiga a memória afetiva dos telespectadores do Canal Viva (Brasil) e o RTP Memória (Portugal).

PALAVRAS-CHAVE

Análise de conteúdo; redes sociais; memória tele-afetiva; Canal Viva; RTP Memória

1. INTRODUÇÃO

Para Huyssen (2000, p. 68) a “memória de uma sociedade é negociada no corpo social de crenças e valores, rituais e instituições. No caso específico das sociedades modernas, ela se forma para espaços públicos de memória tais como o museu, o memorial e o monumento”. Para o autor, estamos cada vez mais conscientes de como a memória social é coletiva e construída com uma série de discursos e representações.

No entanto, quando as imagens se fundem com as lembranças, destaca Halbwachs, as recordações de um ou mais processos coletivos criam figuras que podem não reproduzir exatamente o passado, podendo modificar a impressão de um fato antigo. São sensações que se misturam e se compactuam em massas de lembranças imaginadas. Há esta relação entre

o que foi verdadeiramente vivido e o que foi fictício. “Inversamente, pode acontecer que os testemunhos de outros sejam os únicos exatos, que eles corrijam e reorganizem a nossa lembrança e ao mesmo tempo se incorporem a ela” (Halbwachs, 2003, p. 32).

Quando isso acontece é porque nossa memória se apresenta como uma peça profunda e sentimos ter condições de diferenciar, por esforço nosso, alguns traços e contornos que vêm do nosso passado, mesmo quando observamos estes elementos em uma espécie de espelho turvo, compara Halbwachs. Para ele, é necessário “trazer uma espécie de semente da rememoração a este conjunto de testemunhos exteriores a nós para que ele vire uma consistente massa de lembranças” (Halbwachs, 2003, pp. 32-33).

A lembrança é um resultado de um conjunto coletivo, por necessidades de uma comunidade afetiva. “Esta comunidade afetiva é o que permite atualizar uma identificação com a mentalidade do grupo no passado e retomar o hábito e o poder de pensar e lembrar como membro do grupo” (Schmidt & Mahfoud, 1993, p. 289). As lembranças acontecem, nesta lógica, por estes contágios afetivos que são permanentes da coletividade em que o sujeito vive ou viveu.

Talvez um caminho para se entender a construção da memória afetiva é compreendendo os acontecimentos emocionais dos indivíduos. Para Ribeiro, Fuso e Bueno (2006, p. 69), todos têm “experiências emocionalmente estimulantes, memórias duradouras, marcantes por sua vivacidade, duração e detalhes”. Aquilo que cada um vive, confirma o grau de importância das emoções e com isso das recordações. Os momentos vividos com mais afetividades são os mais lembrados.

A televisão, como observa Ferrés, consiste num instrumento de transmissão de ideias, de sentimentos e de comportamentos que influenciam no processo de socialização e construção do ser humano, por evocar mais emoção do que reflexão e atingir o inconsciente. Para o autor, são as emoções que condicionam as percepções da realidade. “Sabe-se que as crianças pobres tendem a estimar ou lembrar as moedas como maiores do que são na realidade, em comparação com as crianças ricas. Seu próprio desejo modifica a percepção” (Ferrés, 1998, p. 30).

Estudar esta relação afetiva e emocional da memória dos telespectadores nos interessa para compreendermos como isso pode alterar um comportamento e as reações vindas de uma programação que é reexibida tempos depois.

Para Halbwachs, as nossas memórias são coletivas e acionadas por outros, mesmo em situações e eventos (como ele gosta de referir) em que

estivemos sós. Para ele, o sujeito nunca está sozinho, “não é preciso que outros estejam presentes, materialmente distintos de nós, porque sempre levamos conosco e em nós certa quantidade de pessoas que não se confundem” (Halbwachs, 2003, p. 30).

A presença do indivíduo em um grupo não necessariamente deve ser fisicamente, mas no modo como este faz para retomar as formas de pensamentos e as vivências proporcionadas. “Para confirmar ou recordar uma lembrança, não são necessários testemunhos no sentido literal da palavra, ou seja, indivíduos presentes sob uma forma material e sensível” (Halbwachs, 2003, p. 31). Esta participação coletiva vai além da presença física, está ligada as outras formas de “estar junto”. O sujeito pode partilhar de momentos comuns ao visitar uma cidade que ele conheceu com familiares. No momento deste retorno, ele está sozinho. Contudo, a primeira vez em que ele foi até lá, havia outras pessoas consigo.

Neste cenário, a função que a memória traz para o contexto televisivo merece ser investigada, visto que a TV pode ser um meio condutor de lembranças e revisitação. Aciona uma memória que é coletiva.

O presente texto possuiu como objetivo expor de que forma o método Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin, aplicada em *sites* de redes sociais, pode contribuir para a análise das “falas” dos telespectadores postadas no Twitter e como os resultados estudados demonstram a formação de uma memória tele-afetiva com a programação *Déjà Vu*.

Este estudo consiste nos resultados apresentados na primeira parte da tese de doutorado deste pesquisador, que investiga a memória afetiva dos telespectadores do Canal Viva (Brasil) e da RTP Memória (Portugal).

Neste primeiro momento, há os registros dos comentários postados sobre a telenovela *Cambalacho*, entre os dias 24 e 29 de agosto de 2015, reexibida no Canal Viva (Brasil). Para a coleta dos dados, trabalhamos com um *software* que permite capturar todas as menções do termo selecionado, permitindo o tratamento e as primeiras categorizações, como serão apresentadas a seguir.

2. ANÁLISE DE CONTEÚDO: COLETA, SISTEMATIZAÇÃO E CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS

Esta seção tem como objetivo justificar e mostrar como ocorrerá a coleta dos dados, as formas como eles serão sistematizados e categorizados. A análise de conteúdo integra como método principal o exploratório, o quantitativo e o qualitativo como ferramentas necessárias para a construção do resultado desejado.

O caminho metodológico a ser percorrido para esta tese consiste na junção de propostas para que possam ser atingidos os objetivos traçados para esta pesquisa. Nas Ciências Sociais, a aplicabilidade de ferramentas para se fazer investigação é necessária, visto que há um campo movente e vivo no sentido de que os fenômenos aparecem e reaparecem de várias perspectivas. Na comunicação, são muitos os campos de pesquisa, cada um com peculiaridades que necessitam de atenção. Meios, linguagens, formatos, suportes são exemplos de “sítio” para se visualizar a atuação da comunicação. Não há uma receita pronta quando se discute métodos e técnicas para análise, comentam Fragoso, Recuero e Amaral (2013, p. 19), e não existem fórmulas fechadas, acabadas, “cada problema, cada método, cada amostragem e tratamento dos dados deve ser encarado como uma construção única, que pode servir de ensinamento e inspiração, mas nunca como um receituário pronto a ser seguido”.

Ainda mais quando se tem como peça algo físico a ser estudado, e como ambiente exploratório, o meio virtual. Tendo esta pesquisa como objeto de estudo um canal de televisão fechado, consideramos necessário a construção de um desenho organizado de métodos e técnicas, conforme a Figura 1.



Figura 1: Conjunção de métodos

Estas junções e aproximações de metodologias facilitarão a coleta e análise dos dados, visto que este estudo possui como campo de análise a internet, mais precisamente uma rede social. Os objetos¹ são os Canais Viva e RTP Memória e o espaço da aplicabilidade da investigação acontece

¹ Objetos de pesquisa da tese deste doutorando. Para o presente artigo, será exposta uma análise de um programa do Canal Viva do Brasil.

por meio das menções dos termos publicados no Twitter sobre as telenovelas investigadas.

A internet, explicam Fragoso, Recuero e Amaral (2013), pode ser tanto objeto (o que é estudado), local (espaço onde é realizada a investigação) e instrumento de pesquisa (mecanismo para coleta de dados). Desta forma, teremos esta como campo para busca de elementos e informações para a concepção da análise.

Este procedimento metodológico possui amparo em ações e conceitos de transmidiação, que vem crescendo muito no Brasil.

De acordo com dados do Obitel, relatados por Lopes e Munglioli (2014), o Brasil, no ano de 2013, foi o país que apresentou maior número de usuários do Facebook, entre os países da América Latina, com um total de 76 milhões, um aumento de mais de 100% em relação ao ano de 2012. O Twitter alcançou 46 milhões de usuários ativos, 30% a mais do que em 2012. Estes números demonstram o crescimento forte e sistemático do uso da internet e redes sociais no país. Segundo as pesquisadoras do observatório, as causas para estes índices podem ser a disseminação das tecnologias de acesso, dos serviços de banda larga, a tecnologia 3G e os pacotes oferecidos pelas operadoras.

2.1 PROCEDIMENTOS INICIAIS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Bardin (2011) define a análise de conteúdo como um método que apresenta um conjunto de técnicas para a verificação das várias formas de comunicação, seja qual for a natureza do seu suporte. Para este estudo, optamos por utilizar este suporte metodológico, visto estarmos diante de manifestações discursivas a respeito do objeto de estudo.

Com a análise de conteúdo, é possível construirmos categorias de análise, possibilitando aberturas para novas aplicações, conforme as necessidades dos analistas e dos objetivos traçados na investigação. Neste método, destaca Bardin (2011, p. 37), não há um instrumento pronto, há “um leque de apetrechos” que podem ser adaptáveis a um vasto campo de aplicação, principalmente no das comunicações.

Não existe coisa pronta em análise de conteúdo, mas somente algumas regras de base, por vezes dificilmente transponíveis. A técnica de análise de conteúdo adequada ao domínio e ao objetivo pretendidos tem de ser reinventada a cada momento, exceto para usos simples e generalizados, como é o caso do escrutínio próximo da decodificação e de respostas a perguntas abertas de questionários

cujo conteúdo é avaliado rapidamente por temas. (Bardin, 2011, p. 36)

Com base nesta colocação, seguimos algumas regras pontuadas pela autora, mas adaptando alguns critérios para análise, inovando em alguns aspectos, conforme explica Bardin (2011), ao relatar que o analista, dependendo da complexidade do código, necessita de um esforço maior para a elaboração de técnicas novas.

Propusemos a seguir a base da análise de conteúdo explicado, adaptando e sugerindo classificações significativas para a pesquisa.

Para que possamos chegar à etapa da categorização, optamos em seguir as etapas propostas pela autora. O primeiro caminho a ser feito foi a *leitura flutuante*² dos dados, elemento importante na pré-análise. Nesta observação, ocorre o primeiro contato com o objeto analisado, fase explicada no método exploratório, permitindo observar suas impressões e orientações. “Pouco a pouco, a leitura vai se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos.” (Bardin, 2011, p. 126).

Após esta leitura, partimos para a *escolha dos documentos*, ou seja, dos materiais a serem investigados, orientados pelo que Bardin (2011, p. 126) classifica de *constituição de corpus*. “O *corpus* é o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos”. A autora explica que para a escolha destes é necessário estabelecer algumas regras de seleção. Escolhemos seguir com a *regra da exaustividade*, que consiste em levar em conta todo o *corpus* selecionado, não deixando de fora qualquer elemento.

Como dito, o campo de análise da pesquisa consiste na observação das falas publicadas no Twitter. Como o *corpus* selecionado para este texto, teremos as menções na ferramenta sobre a telenovela *Cambalacho*.

Cambalacho foi exibida no Brasil em 1986 e conta a história de dois protagonistas que fazem seus “trambiques” para ganhar a vida e sustentar os filhos adotivos de Leonarda Furtado, protagonista da trama. Com algumas histórias paralelas, em situações engraçadas, fizeram da narrativa um grande sucesso no horário das 19 horas na Rede Globo (Memória Globo, 2015).

Para a pesquisa, optamos por delimitar a investigação nas telenovelas, por ser este um forte produto cultural (Wolton, 1996) e ocupar um

² Estarão em itálico os termos empregados pela autora e que na obra *Análise de Conteúdo*, de 2011, também figuram desta forma.

lugar de destaque na programação do canal. São sempre quatro produções, exibidas a partir da meia-noite (horário nobre da emissora) e reprisadas, na sequência, após as 13h30. Segundo estudo feito por este pesquisador, em maio de 2015, foi constatado que é a teledramaturgia que mais aparece quando investigado os índices de frequência, dentre os títulos que formam a grade de programação (Bressan Junior & Costa, 2015). A figura a seguir expõe este resultado.



Figura 2. Nuvem de palavras da programação Viva
Fonte: Bressan Junior & Finger, 2015

Em Portugal³, seguimos o mesmo critério, selecionando duas telenovelas que apresentavam, aproximadamente, o mesmo intervalo de tempo de exibição entre elas. Entre *Cambalacho* e *Laços de Família*, são 14 anos de intervalo, e entre *Vila Faia* e *Lusitana Paixão*, 20 anos. Levamos em consideração, também, terem sido exibidas na década de 1980 e na década dos anos 2000, para seguir um direcionamento na análise dos dados, pensando estas épocas no Brasil e Portugal.

Foram estudadas as publicações a partir do ano de 2015, ano em que o canal Viva completa cinco anos de exibição e o RTP Memória, 11 anos. Esta seleção ocorre em virtude deste doutorando estar acompanhando e monitorando as postagens desde agosto de 2015, permitindo, assim, a coleta dos dados desde o primeiro dia da estreia. Tendo em mãos, desta forma, o *corpus* selecionado.

³ Como explicado, este texto apresenta considerações da análise realizada no Brasil. Posteriormente serão aplicados os mesmos métodos com a programação selecionada para o estudo da RTP Memória.

A coleta dos dados aconteceu até maio de 2016, considerando tempo suficiente para obter as informações para a finalização da análise. Na tabela abaixo, visualizamos a data da estreia de *Cambalacho* e *Laços de Família* no Brasil, assim como o dia, o mês, a data de término e o ano em que ela foi exibida na Rede Globo de Televisão pela primeira vez. Desta forma, conseguimos traçar a construção do *corpus* da investigação.

TÍTULO DA TELENOVELA	DATA DA ESTREIA	DATA DE TÉRMINO	HORÁRIOS DE EXIBIÇÃO	ANO DE EXIBIÇÃO NA REDE GLOBO
<i>Cambalacho</i>	24 de agosto de 2015	12 de março de 2016	14h30 com reprise às 01h45	1986
<i>Laços de Família</i>	29 de fevereiro de 2016	29 de outubro de 2016	00h00 com reprise às 13h30	2000

Tabela 1: Datas de estreia e término das telenovelas no Canal Viva, a partir de 2015

Também nos programas portugueses estudados, apresentamos os mesmos dados na tabela abaixo para melhor entendimento da coleta dos dados.

TÍTULO DA TELENOVELA	DATA DA ESTREIA	DATA DE TÉRMINO	HORÁRIOS DE EXIBIÇÃO	ANO DE EXIBIÇÃO NA RTP
<i>Vila Faia</i>	5 de outubro de 2015	Site não forneceu esta informação	06h00 com reprise às 12h00	1982
<i>Lusitana Paixão</i>	7 de dezembro de 2015	Site não forneceu esta informação	07h00 com reprise às 17h00	2002

Tabela 2: Datas de estreia e término dos programas portugueses analisados

A escolha por estas telenovelas, como explicado anteriormente, justifica-se por acompanharmos as publicações no Twitter na primeira semana de estréia; além disso, conseguiremos medir as falas de uma programação exibida há 29 anos (*Cambalacho*); 33 anos (*Vila Faia*); 15 anos (*Laços de Família*); e 13 anos (*Lusitana Paixão*). Acreditamos que este fator nos mostrará dados importantes para se compreender os tipos e os conteúdos das mensagens. A quantidade de postagens varia e dificilmente apresenta o mesmo número, o que resulta no processo de coleta de dados a ser explicada a seguir.

2.2 SISTEMATIZAÇÃO E FERRAMENTA PARA A COLETA DOS DADOS

A sistematização de coleta e análise de dados é essencial para o pesquisador, justamente por proporcionar uma rotina de trabalho e fluxo importante para que possam ser observados os pontos coletados.

O primeiro processo aconteceu em agosto de 2015, quando contratamos a ferramenta Grid Monitoramento para a coleta dos dados desejados. O Grid é um *software* utilizado pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, local de trabalho deste estudante, que funciona como um monitor em *sites* de redes sociais e que permite a busca de termos chave no Twitter.

Após a liberação de *login* e senha no sistema, colocamos como busca, no dia 15 de agosto de 2015, a expressão “Cambalacho”. Primeiramente, optamos somente por este termo para efeito de teste e para averiguar se estaríamos no caminho correto para o recolhimento das informações⁴.

O sistema captura, na íntegra, todas as postagens que contém a expressão desejada, identificando dia, horário, nome do perfil do usuário e link para visualização do *post*. Além disso, oferece alternativas para a classificação da mensagem, podendo classificá-la em positiva, negativa, neutra e não se aplica.



Figura 3: Funcionamento da ferramenta Grid

⁴ A partir de outubro de 2015 os outros termos, nomes das outras telenovelas, foram inseridos na ferramenta para a busca dos *tweets*.

A Figura 3 mostra como aparecem os *tweets* e como podemos buscá-los através dos filtros. Nesta ilustração, optamos por anonimizar os perfis coletados, seguindo normatizações éticas da pesquisa, como explicado posteriormente. Neste exemplo, a coleta ocorreu de 15 de agosto a 30 de setembro de 2015, totalizando 6.733 postagens, dado ilustrativo e com o intuito de explicar o funcionamento da plataforma.

Como se trata de um *software* elaborado para o monitoramento de termos que interessam à Universidade, há itens que são utilizados para identificar, de várias formas, as mensagens postadas. Para esta tese, optamos por dispor somente das opções de classificação positiva, negativa, neutra e não se aplica.

Cadastramos o termo *Laços de Família* para poder coletar os dados na semana do dia 29 de fevereiro de 2016, assim como os termos *Vila Faia* e *Lusitana Paixão*, da RTP Memória.

A partir deste ponto, iniciamos o método exploratório. Como não sabíamos o que estava sendo dito pelos telespectadores no Twitter a respeito dos termos, exploramos a menção “Cambalacho”⁵ para nos mostrar alguns direcionamentos destas falas. Então, selecionamos o período e classificamos as falas em positivas, negativas e neutras, primeiramente.

2.3 CRITÉRIOS PARA A CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS

Para Bardin (2011), a análise de conteúdo consiste em mostrar indicadores, podendo ser quantitativos ou qualitativos, que permitem o conhecimento sobre as condições de produção e recepção das mensagens. O primeiro indicativo consiste na exibição quantitativa dos números de publicações, para que, a partir disso e após a *leitura flutuante* dos comentários, possamos construir as categorias de análise. Apresentaremos, inicialmente, os dados em números e em tabelas, seguidos da abordagem qualitativa.

A categorização, Bardin (2011) explica, é constituída pela classificação de elementos formados por um conjunto de elementos diferenciados, que são reagrupados por gênero (analogia), com os critérios definidos previamente. As categorias são, apresenta a autora (2011, p. 147), “rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos”.

Bardin (2011) defende que os critérios para a categorização podem ser semânticos (categorias temáticas), sintáticos (verbos, adjetivos), de

⁵ O termo *Cambalacho* serviu como teste exploratório e para dar direcionamento às categorias de análise.

léxico (sentido das palavras, sinônimos) e expressivos (categorias que expressão conflitos diversos da linguagem). A importância de classificar estes elementos se dá, segundo a autora, pela proximidade que possam ter. Por isso, o agrupamento permite ver as partes comuns entre eles.

Optamos pela categorização semântica, no sentido de estabelecer categorias temáticas e, a partir disso, estudá-las, conforme os elementos que aparecerão no discurso dos telespectadores ao comentar sobre *Camalacho*, *Laços de Família*, *Vila Faia* e *Lusitana Paixão*.

Para estabelecer as categorias temáticas, temos como suporte o referencial bibliográfico. A primeira separação ocorreu na ação exploratória dos dados, separando por ordem semântica as falas positivas, negativas e neutras, e o segundo momento nas classificações dos tipos de comentários.

A pesquisa bibliográfica, além de apresentar os conceitos necessários para a elaboração da investigação, auxiliou na construção das categorias aplicadas na análise de conteúdo.

Na fundamentação teórica, apresentamos alguns conceitos importantes para se estabelecer os critérios de análise, conforme serão lembrados no resumos dos conceitos apresentado a seguir:

- vimos com Bergson (1999) que a memória se manifesta na relação corpo e matéria, ou seja, o conjunto de imagens reconhecidas pelo corpo, e que, através delas, constitui-se a memória, com as percepções e lembranças sobre os objetos.
- Em Halbwachs (2003), percebemos a formação da memória em função do grupo de referência, dentro de uma conexão coletiva. Mesmo possuindo lembranças individuais, a coletividade tem papel essencial na produção das lembranças.
- A afetividade, segundo Le Breton (2009), configura-se em um conjunto de acontecimentos significativos, tanto de ordem pessoal, quanto coletiva e os grupos que nos cercam estabelecem o tipo de função emocional que possuímos e de como vivemos no mundo.
- Para Wolton (1996), a televisão é imagem e laço social, sua força está na união das experiências individuais e coletivas ao igualar ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, cultos e não cultos.
- A TV é socializadora, segundo Ferrés (1998), porque ativa nos telespectadores emoções despercebidas e a faz ser um dos mais importantes meios de comunicação.

- Para Cannito (2010), uma das funções da televisão é criar espaços de debates públicos e de identidades, por possuir uma recepção e participação coletiva.
- A TV como tecnologia de ebulição é um dos conceitos de Orozco (2014), visto que nesta excitação encontramos as expectativas dos telespectadores em relação ao que é exibido.
- Em Fehine (2014), evidenciamos que a televisão possibilita um sentido de presença com a programação, um efeito de acesso imediato ou de estar junto com os outros telespectadores e com o mundo. Outro termo é o conceito de “sofá estendido”, atribuído ao ato de comentar sobre a programação na internet, em *sites* de redes sociais. As conversas sobre a programação não ficam mais em casa e em grupos presenciais.
- Scolari (2014) nos apresentou a hipertelevisão, conceito que permite compreender o novo, sem falar, ao mesmo tempo, do prefixo “pós”. Para o autor, estamos na era da hipertelevisão por presenciarmos a adaptação de programas nos ambientes midiáticos, exibidos na internet e que permite interações.

Consideramos necessário retomar estes conceitos para reforçarmos as categorizações para a análise dos dados coletados e apresentados posteriormente.

Observando todos eles, podemos relacioná-los a algum tipo de experiência adquirida e vivida. As lembranças são resultados de experiências que fazem parte de uma memória. As vivências em grupos, responsáveis pela recordação, também consistem em ações experimentadas, assim como o ato de assistir TV, sozinho, acompanhado ou tweetando⁶ pela internet.

Todos decorrem de experimentações, por isso estes grupos de categorias se enquadram nas experiências coletivas, experiências individuais e experiências afetivas.

2.4 MÉTODO EXPLORATÓRIO DENTRO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO E CATEGORIZAÇÃO DOS DADOS PARA ANÁLISE

Como finalidade inicial da pesquisa, optamos pela aplicação do método exploratório na análise de conteúdo, visto ter este a descoberta de práticas e caminhos de estudo de algo pouco explorado e sistematizado.

⁶ Não utilizaremos em itálico a palavra tweetando, por ser uma junção de uma nomenclatura estrangeira e brasileira e ser utilizada de forma “aportuguesada” no Brasil.

Como dito por Bardin (2011), há a possibilidade de adaptação do método AC. Consideramos este “leque” de opções para testar os resultados. O método exploratório visa estabelecer critérios para poder isolar as variáveis e desenvolver sistemas de análise e classificação.

Sendo a internet um campo de interação, na qual são criadas novas conexões (Recuero, 2014), e a televisão uma força que impulsiona a construção de um laço social (Wolton, 1996) e de socialização (Ferrés, 1998), necessitamos averiguar, primeiramente, as inferências dos telespectadores neste espaço identitário e de representação coletiva que é a ferramenta Twitter.

Para identificar os principais norteadores de discussão na *web* ao assistir uma programação que é reprisada, exploraremos, inicialmente, este campo, através dos *tweets* publicados. Assim, estabelecemos uma classificação para agrupar essas falas.

Nesta primeira classificação, seguimos o que Bardin (2011) fala sobre as escolhas semânticas que constituem o conteúdo do material analisado. Com base nessa categorização, agrupamos em *positivo*, *negativo*, *neutro* e *não se aplica* os comentários dos telespectadores.

Desta forma, as frases que expressam um sentido favorável foram agrupadas na classificação *positiva* e, em *negativa*, as que são contrárias, que apresentam uma insatisfação. Como *neutras*, identificamos as falas que não apresentam aceção a favor ou contra, são comentários não enquadrados nesta relação de contra ou a favor, por isso não serão analisados.

Abaixo, apresentamos uma tabela com as principais palavras que possam ocorrer e direcionar essas divisões, seguindo a proposta semântica de Bardin (2011) para as classificações positivas e negativas.

CLASSIFICAÇÕES	EXEMPLOS DOS TERMOS SEMÂNTICOS
positivos	demais, bom, saudade, ótimo, mais, parabéns, melhor, amo, risada
negativos	ruim, pouco, mudar, não, feio, lenta, antipático, perder

Tabela 3: Exemplo de termos para menções positivas e negativas

Como forma de “limpar” os dados, na opção *não se aplica*, agrupamos os *tweets* vindos de veículos de comunicação e outros portais da internet especializados em notícias sobre a programação de televisão. Como não temos interesse em ver o que está sendo dito por este segmento, desconsideramos estas postagens.

Outras *não aplicadas* serão os comentários que contêm as menções pesquisadas, mas que não fazem parte do contexto da fala do telespectador sobre o programa e sobre os canais.

Justificamos estes primeiros agrupamentos, visto a importância de entender a relação da postagem com o termo analisado. Desta forma, é possível compreendê-lo de forma quantitativa e qualitativa, ou seja, conseguiremos visualizar a quantidade de expressões positivas, negativas ou neutras e as suas conexões com a memória afetiva e com a programação do Canal Viva e RTP Memória.

Além disso, precisaremos estudar o que estes telespectadores vêm postando, os tipos de comentários, o que mais falam e os direcionamentos positivos e negativos, para que, a partir deste ponto, possamos enxergar se há na relação da fala alguma lembrança ou não.

Após este agrupamento, precisamos criar outras classificações para poder aproveitar todos os dados. Neste sentido, consideramos os conceitos apresentados anteriormente. Sendo assim, classificamos as falas em cinco grupos de expressões que remetem a uma ação típica de uma conversa, que expressa sentimentos e que caracterizam a ação de comentar sobre a programação em sites de redes sociais.

Isso foi necessário para se iniciar um processo de categorização. Não seria possível categorizar de olhos fechados; foi importante explorar o que estava sendo dito nos *posts* e organizar.

CLASSIFICAÇÃO	TIPO DE COMENTÁRIO	CARACTERÍSTICAS
Classificação 1	Ativação	Falas dos telespectadores que remetem para as suas solicitações, pedidos, perante o canal Viva. Trata-se de um sujeito ativo, que manifesta o seu desejo nas redes sociais.
Classificação 2	Satisfação / Insatisfação	Elogios e críticas a respeito das personagens, dos atores e atrizes, como também da parte técnica da telenovela.
Classificação 3	Diversão	Ironia, sátira, brincadeiras e deboches sobre as personagens, atores, atrizes e de situações narradas na história, bem como a reprodução das falas das personagens na telenovela. Nota-se o divertimento do telespectador sobre o que está assistindo.
Classificação 4	Recordação	Falas que destacam a saudade e a lembrança de algo que foi evocado a partir da telenovela exibida.

Classificação 5	Informação	Telespectadores que anunciam o início e o término da história e /ou que está assistindo no momento do <i>tweet</i> , mas que não formulam frases, não se encaixando nas outras classificações. A fala acontece como se estivessem deixando recados.
-----------------	------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabela 4: Quadro das classificações elaboradas com o método exploratório

Baseamos estas divisões, também, no que Fachine (2014) chama de *sofá estendido*, visto que são classificações de conversas interpessoais que acontecem no espaço *offline* e que agora migram, também, para o on-line. São temas que estão presentes no laço social, no dia a dia das pessoas e que pautam discussões.

No entanto, optamos na pesquisa por só analisar as falas positivas e negativas. Apresentaremos dados quantitativos dos três grupos e como as categorias acima aparecem nestas falas.

Defendemos a ideia de que há uma memória afetiva do telespectador e que isso consiste em um recurso necessário para o sucesso da audiência entre um público que já assistiu a uma programação e aquele que a vê pela primeira vez, mesmo estando nós vivendo um tempo de hipertelevisão, conectividade e convergência, justamente porque o passado e as recordações evocadas pela televisão trazem uma nostalgia que agrada e satisfaz o espectador.

Visando os objetivos propostos para esta investigação, que consiste em apresentar a análise de conteúdo como método para pesquisa em *sites* de rede social e trazer elementos para o entendimento de uma memória tele-afetiva, consideramos necessário, além das pontuações positivas e negativas, analisarmos com mais detalhes o conteúdo das falas classificadas no grupo 4 – Recordação. Portanto, apresentaremos na análise uma seção própria para esta categoria. Desta forma, conseguiremos visualizar que elementos aparecem nestes comentários e que estão interligados com as questões da memória e afetividade.

Optamos em separar em subcategorias temáticas quando tivermos um grande número de falas classificadas nos grupos. Os assuntos serão separados e agrupados conforme os temas que surgiram nas postagens. Assim, podem ser, por exemplo, *posts* sobre alguma personagem, elogio, ou crítica à história.

De posse dessas classificações, iniciamos a coleta, distribuição, tratamento e classificação dos dados.

2.5 COLETA DOS DADOS

A organização da coleta dos dados acontecerá sempre após a primeira semana de estreia do programa. Desta forma, o pesquisador averigua o funcionamento dos dados e providencia cópias do material em arquivos.

Como recorte, optamos por sete dias, uma semana, para cada programa selecionado. As menções no Twitter foram capturadas do primeiro ao sétimo dia após a estreia, isso em função de percebermos, com a *leitura flutuante*, uma expectativa maior dos telespectadores neste período, ao reviver as cenas de uma narrativa acompanhada tempos atrás. Preferimos capturar as falas nestes primeiros reencontros a outras, proporcionados pelo *déjà vu*, para ver o “redesenho”, o quadro de lembranças formado.

Como justificativa para esta escolha, por exemplo, no mês de setembro a assessoria do canal Viva, de acordo com o portal Gazeta do Povo (2015), divulgou que algumas de suas novelas tiveram grandes taxas de engajamento nas redes sociais e que levaram as *hashtags* oficiais para *trending topics*⁷, principalmente em épocas de estreias e retas finais. Esse movimento do telespectador provoca a mediação e a repercussão das novelas nas redes sociais (Gazeta do Povo, 2015).

Outro ponto que justifica a escolha de sete dias é que “fecha” a semana de exibição de uma telenovela. Elas iniciam nas segundas e terminam nos sábados. Culturalmente, temos este fluxo horizontal na programação televisiva.

A classificação e o tratamento dos dados ocorrerão sempre na semana posterior a coleta realizada pela ferramenta Grid.

A ferramenta *Grid* possibilita exportar os dados para uma planilha de Excel, no qual é possível ler todos os comentários e agrupá-los. Com a opção auto filtro, é permitido separar o *corpus* em grupos *positivos*, *neutros*, *negativos* e *não se aplica*, sendo este último não analisado.

Dentre estes, identificamos os *tweets* de acordo com o tipo de classificação, podendo ser *Ativação*, *Satisfação*, *Diversão*, *Recordação* e *Informação*. Fizemos isso para o grupo das falas *positivas*, *negativas* e *neutras*. Desta forma, é possível contabilizar e analisar posteriormente. O conteúdo da postagem permanece na íntegra na planilha.

Categorizadas as falas dos telespectadores, aplicaremos a análise das relações, explicada por Bardin (2011, p. 259), que objetiva “extrair do texto as relações entre os elementos da mensagem, ou mais exatamente,

⁷ Palavra estrangeira traduzida como tendência, mas que em Português é utilizada como recurso de popularidade no Twitter, que significa “assuntos do momento”.

dedica-se a assinalar as presenças simultâneas” dentro de uma relação de associação, projetando a frequência de aparição dos elementos que são significativos para análise do conteúdo.

Esta frequência só é possível medir com a análise das coocorrências escrita pela autora, na qual discute que “quanto maior for a frequência dos elementos, maior será a sua importância, a coocorrência (ou a não coocorrência) de dois ou mais elementos revelaria a associação ou dissociação no espírito do locutor” (Bardin, 2011, p. 260).

É por esta coocorrência que se aprofundará a análise dos elementos que constituem as falas dos telespectadores, categorizadas nas experiências coletivas, individuais e afetivas. Acreditamos que, ao se visualizar a frequência dos termos divididos nas categorias temáticas, como resultado, possuiremos na análise pontos importantes a serem observados.

Para resumir e tornar-se de fácil acesso a visualização dos procedimentos metodológicos para esta tese, elaboramos a seguinte representação visual (Figura 4):

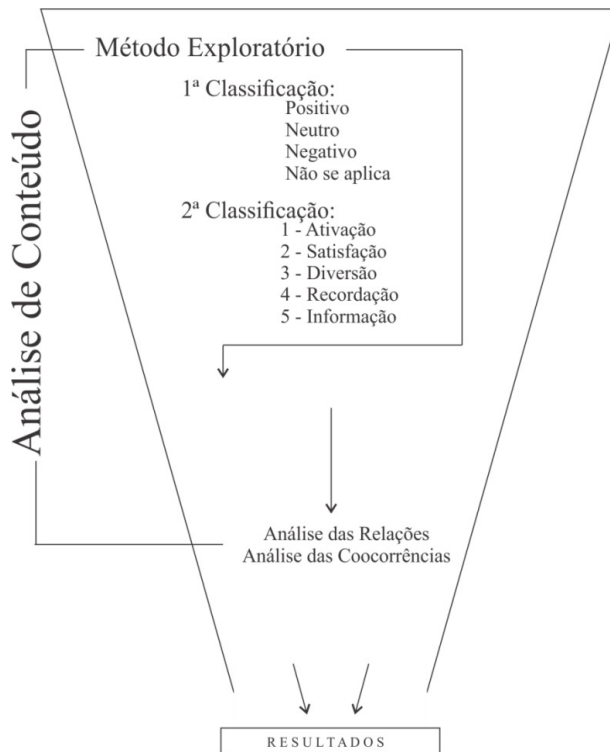


Figura 4: Desenho metodológico

A figura ilustra a semelhança com um copo, onde o fundo é mais estreito e a abertura superior é maior. Apresentamos visualmente o procedimento metodológico desta tese com esta referência, justamente, por compreendermos as opções traçadas neste capítulo como algo que vai “estreitando”. Começamos com o exploratório, classificando os primeiros dados, até chegar na análise das relações e na análise das coocorrências, todos fundamentados pela análise de conteúdo de Laurence Bardin.

3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

As primeiras percepções que obtivemos com a separação dos dados⁸ diz respeito à relação de saudade que encontramos nas falas dos telespectadores. “infância”, “saudades”, “retorno”, “lembranças”, “saudosa”, “nostalgia” e “retorno” são algumas das expressões que aparecem nos comentários⁹.

Vamos vê #Cambalacho @canalviva novelas da minha infância! #FernandMontenegro #Guarnieri #MarioLago #NataliaDoValle #Perigosa #TinaPeper

RT @nononono: Tava aqui assistindo #Cambalacho e bateu uma sdds tão grande de vcs q doeu mais que unha encravada. Precisei aparecer pra man?

Tava aqui assistindo #Cambalacho e bateu uma sdds tão grande de vcs q doeu mais que unha encravada. Precisei aparecer pra mandar um abraço ?

RT @nononono: Sdds desse visu anos 80 ?? #Cambalacho #CambalachoNoViva

Ver #Cambalacho traz uma nostalgia tão gostosa daquele tempo.

@nononono @VivoNoViva delícia, né? #Cambalacho promovendo o retorno dessas lembranças.

Saudade dessas vilãs caricatas #Cambalacho

⁸ Como relatado, este texto irá expor somente a análise da telenovela *Cambalacho*, exibida no Canal Viva

⁹ Para este estudo selecionamos alguns comentários para que possam ser visualizados dentro da proposta metodológica descrita.

Saudosa Consuelo Leandro @canalviva #Cambalacho

Quantos atores saudosos e maravilhosos em #Cambalacho ... :)

Que trilha sonora gostosa de #Cambalacho Saudades

Nesses comentários, percebemos que a memória evocada com a telenovela trouxe lembranças de algo vivido. No primeiro, ao rever as cenas, reminiscências de quando era criança surgiram. No segundo, ao comparar a saudade com uma dor sentida, leva-nos a entender uma memória emocional que foi resgatada, retomada com o que foi assistido. No terceiro, a saudade do visual, das roupas e estilos dos “anos 80”.

Le Breton (2009) destaca que os afetos são importantes para manter a relação do homem com o mundo e que as emoções permanecem na propagação de acontecimentos do passado e do presente. Para o autor, o fato de lembrarmos de algo sempre traz consigo algumas questões emocionais. Nesses *tweets* ficou claro o prazer que é o retorno a algumas lembranças.

Estas manifestações obtidas por recordações nos faz analisar que certamente a memória destes telespectadores é coletiva, conforme explicado por Halbwachs (2003). Para ele, nossas lembranças são acionadas por outros, mesmo quando estamos sozinhos. Não é necessário que outras pessoas estejam conosco, materialmente, no momento da lembrança.

O que presenciamos nestes comentários dos telespectadores são memórias repletas de saudades e nostalgia que certamente se formaram neste contexto coletivo. Mesmo se um destes estivesse assistindo *Cambalacho* em 1986 sozinho, em sua sala de estar, havia uma coletividade presente naquele contexto. Os grupos de referência poderiam não estar fisicamente no local com estes indivíduo, mas atribuíam com ele uma ligação que construiu um pensamento e com isso uma memória.

Da mesma forma, ao reassistir a telenovela, estes telespectadores lembraram de atores, de personagens e de músicas que comprovam que a memória é sempre coletiva. Há outras pessoas envolvidas nisso. Pode não ser somente os grupos de convívio próximo, mas também os profissionais que fazem parte da televisão. A TV pode ser um elemento que está presente na memória coletiva das pessoas.

As personagens da telenovela exercem uma função essencial na reconstrução da memória dos telespectadores. Elas também fazem parte da percepção que evocam a lembrança de um tempo vivido.

Tá passando #Cambalacho no Viva, hahaaha, eu era bem piazinho qdo passava mas lembro dessa novela, principalmente da 'Tina pepper', massa d+

Neste *post*, percebemos que a personagem Tina Peper marcou este sujeito e, ao estar diante dela pela televisão, lembrou de quando era “pia-zinho”, tradução popular para menino pequeno, criança, em algumas regiões do país. A expressão “massa d+” exalta a importância dessa recordação para ele. Percebemos, ainda, como este perfil se diverte com essa lembrança, ao escrever “hahaaha” e que mesmo sendo criança quando a história foi exibida pela primeira vez, recorda-se dela.

As imagens visualizadas por esse telespectador serviram para constituir esta projeção, conforme explica Halbwachs (2003), no sentido de que não há em nossas memórias imagens totalmente prontas: é a sociedade que nos indica elementos para a recordação. Para o autor, temos alguns obstáculos para lembrar de tudo. O passado está inteiro em nossa memória, mas alguns comportamentos em nosso cérebro impedem que tudo seja evocado.

Para ocorrer a lembrança, segundo Halbwachs (2003), é preciso preencher alguns espaços vazios do cérebro. Personagens como Tina Peper, para este usuário, constituem um desses elementos de preenchimento. A sensação gostosa ao rever a cena e lembrar de sua fase como “pia-zinho” é percebida em sua fala. Importante pontuarmos que Tina Peper é o nome artístico da personagem de Regina Casé, mas que aparece somente na metade da história. O que este telespectador assistiu foi a “Tina” sem ser ainda a cantora que imitava Tina Turner¹⁰.

Já nas demais, as recordações são pontuadas, mesmo sem o verbo lembrar. Trazem como comentário a lembrança da infância e o que estavam fazendo ou o que faziam na época de *Cambalacho*.

Eu tinha 10 anos quando passou #Cambalacho

Eu tinha 9 anos quando passou #Cambalacho na TV e fazia uma paródia da novela no jornal do colégio. Estava na 4ª série.

RT @nononono: Como eu achava que era SP na minha infância...Letreiros piscando por todos os prédios...kkkkk #Cambalacho

¹⁰ Cantora norte-americana que vendeu mais de 5 milhões de discos ao lançar em 1983 o seu quinto álbum. Em 1985 se tornou mundialmente conhecida com a sua participação no filme *Mad Max Beyond Thunderdome*, que além da atuação deu voz a trilha sonora com a música “One of the Living”.

Como eu achava que era SP na minha infância...Leteiros piscando por todos os prédios...kkkkk #Cambalacho

#Cambalacho me faz voltar a ser criança... <3 <3 <3

O fato de lembrar que estava com 10 anos e que com nove fazia na escola uma paródia da telenovela e que *Cambalacho* o fez voltar a ser criança, demonstra que a memória, de acordo com Halbwachs (2003), pode vir a se manifestar quando visitamos lugares. Isso nos lembra fatos únicos e pessoais, os quais estão ligados a outros sujeitos. Ao revisitar as imagens em *Cambalacho*, esses telespectadores voltaram no tempo de infância e logo lembraram de algumas ações quando a telenovela foi exibida em 1986.

Estes fatos podem ser significativos, já que foram descritos na rede social e, assim sendo, podemos pensar que são compostos por sentimentos. Le Breton (2009) explica que quanto pessoal, quanto coletiva, a afetividade consiste em um conjunto de acontecimentos relevantes e que origina um sistema de valores para nós. A paródia na escola, os leteiros luminosos e a volta em ser criança, expõem que algo de valor está ligado a essas lembranças.

Os próximos comentários continuam apresentando sentimentos ao rever *Cambalacho*.

Acabei de fazer o jantar, tomei banho e vim ver Cambalacho. Exatamente como eu achava que seria minha vida adulta nos anos 80 hahaha

@nononono A minha 1ª trilha sonora internacional que eu comprei foi da novela Cambalacho

A projeção de uma vida adulta em 1986 e a primeira trilha sonora comprada são elementos constitutivos de valores. Podem estar inseridos no que Le Breton (2009) chama de emoções não fixas. Acentuamos ou amenizamos o sentido dado à memória conforme vamos experimentando e vivendo os acontecimentos. Exemplo disso é o fato de que sempre que nos deparamos com algum evento ou testemunho novo, que nos evoca uma lembrança, percebemos algo diferente sobre o que tínhamos em mente. No caso de *Cambalacho*, o telespectador lembrar da sua primeira trilha sonora, consiste num elemento revisitado, que lhe trouxe esta recordação, mas com um sentimento diferente do passado. Não é o mesmo ambiente e nem são as mesmas circunstâncias de tempos atrás. Nesta frase, não vimos adjetivos ou verbos que possam nos mostrar que tipo de emoção

foi sentida. Todavia, pela relação estruturada, constituiu uma memória que para nós é afetiva.

Os afetos e as emoções, neste caso, potencializam a audiência, como visto por Ferrés (1998): são as hipergenesias dos sentimentos. Para o autor, não só a história, mas personagens e outros elementos podem provocar excitações emotivas e induzem comportamentos.

O *déjà vu* nestas falas consiste nas recordações desta época, mas que, ao reencontrar nos tempos atuais, geram sentidos irônicos e de deboche. “Mangas bufantes”, “modernidades” e “breguice” são conteúdos que direcionam para essas percepções. Percebemos que essas imagens levam a um sentimento diferente dos outros já observados. A memória apresentada, ao ser percebida na atualidade, gera desconforto. Halbwachs (2003) diz que quando revisitamos o passado, nossas lembranças são adaptadas com as percepções que possuímos do presente.

4. A MEMÓRIA AFETIVA E TELE-AFETIVA DOS TELESPECTADORES

Vimos nas recordações dos telespectadores sobre a telenovela *Cambalacho* reações afetuosas, compreendidas por algum tipo de sentimento. Lembraram de épocas e situações de um tempo vivido que deixaram saudade e que, ao recordar, emoções foram expostas.

Acreditamos que quando essas reminiscências são compostas por sentimentos, principalmente as que são recuperadas pela experiência televisiva, temos uma memória que é afetiva e que faz vibrar ainda mais o pensamento, visto que a TV envolve os indivíduos em experiências individuais e coletivas, de forma igualitária, como definido por Wolton (1996). O *déjà Vu* na televisão possibilita esses laços constantes. Quem assistiu a uma programação estava inserido em laço social, assim, quando revê a cena, além do laço formado naquela época, outros são constituídos, com uma memória que é resgatada. Chamamos de memória tele-afetiva essa que é recuperada, reformula novamente uma experiência e é reconstruída por um tipo de emoção e afeto. A Figura 5 ilustra esta vibração ao rever uma cena.

Consideramos na imagem um telespectador diante de uma reexibição. As letras correspondem aos objetos percebidos e, do outro lado, já no cérebro, os mesmos elementos, mas com essa vibração proporcionada com a memória afetiva. Os números representam outras lembranças e recordações, impulsionadas por emoções vividas em uma época.

A memória afetiva acontece por intermédio dos sentimentos que estão fixados nas lembranças. A experiência televisiva facilita este acesso por

existir nas imagens o passado revisitado. As cenas são as mesmas vistas anos atrás, diferente do sujeito que as assiste no presente. Este não é o mesmo, sofreu interferências. O telespectador ao rever na TV se depara com um dispositivo pronto, que ativa sua memória e cria pulsões. São nestas vibrações que vimos a memória tele-afetiva.

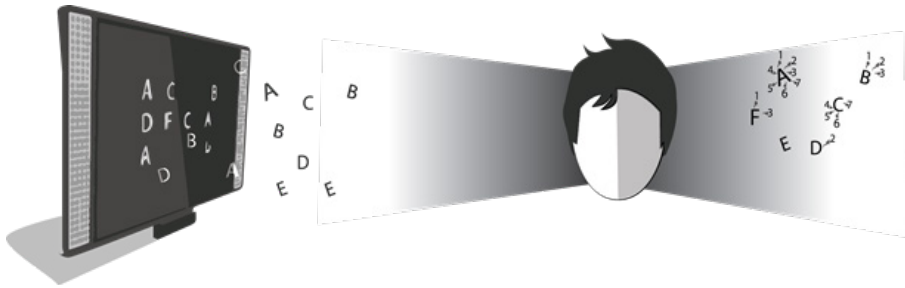


Figura 5: Vibração com a memória tele-afetiva

Neste movimento, reafirmamos que há uma memória que além de afetiva, passa a ser tele-afetiva. Analisamos ser este um dos processos de conquista da audiência do canal Viva. Como explicado por Halbwachs (2003), em alguns momentos é preciso fazer dos depoimentos exteriores uma espécie de semente de rememoração para que possam surgir as lembranças. A TV executa este papel. Consiste em um dos elementos externos que auxilia na volta ao passado.

Podemos discutir que a memória tele-afetiva é a que se manifesta em função da televisão, que recupera lembranças e dileções num contexto coletivo, por funcionar como um lugar de revisitação, no qual o telespectador, através das imagens, ativa uma percepção, reconstituindo uma memória, que sempre é composta por algum tipo de emoção.

Essa memória tele-afetiva readquire reminiscências com a programação *déjà vu* e impulsiona as vibrações provocadas por ela. Além de socializadora (Ferrés, 1998), laço social (Wolton, 1996), a TV pode ser um destes “lugares” (Halbwachs, 2003) que revisitamos e em que são percebidas as nossas memórias.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos a televisão um suporte na constituição da memória coletiva. Ela faz parte desta coletividade que vivemos. Estamos diante dela, assistindo, conversando com amigos e familiares e se emocionando.

Nela os telespectadores revisitam os “lugares” e as recordações aparecem. Preenchem os vazios do cérebro e as imagens televisivas funcionam para ativar uma lembrança e conseqüentemente emoções.

Ao analisar as falas dos telespectadores de *Camabalacho*, como recorte para entendermos a função da memória afetiva e tele-afetiva, podemos argumentar que há elementos que manifestam estas aplicações. A saudade, a diversão e a nostalgia, encontradas nas frases publicadas pela audiência da telenovela, mostraram que a memória é impregnada por afetos.

Neste artigo, atingimos o objetivo proposto, apresentamos a análise de conteúdo como método para se entender o que “falam” os telespectadores do Canal Viva. Foi possível com as categorias elaboradas visualizar sentimentos e afetos de uma programação *déjà vu*.

Acreditamos ser esta uma investigação que prossegue. No entanto, possibilitamos refletir sobre estas propostas conceituais em função das recordações analisadas. Um primeiro passo foi possível ser alcançado em função dos resultados apresentados. Estimamos a publicação de outros resultados, também averiguados com os termos memória afetiva e memória tele-afetiva. Para o meio acadêmico e para os estudos sobre memória e mídia, reflexões como estas tornam-se necessárias para entendermos que não só os museus, os memoriais e os monumentos, formam memórias públicas (Huysen, 2000): a televisão pode ser um dos elementos que desfaz o esquecimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bergson, H. (1999). *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes.
- Cannito, N. (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus.
- Fechine, Y. (2014). Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In M. Carlón & Y. Fechine (Eds.), *O Fim da Televisão* (pp. 114-131). Rio de Janeiro: Confraria do Vento.
- Ferrés, J. (1998). *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas*. Porto Alegre: Artmed.
- Fragoso, S., Recuero, R. & Amaral, A. (2013). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.

- Halbwachs, M. (2003). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Huysen, A. (2000). *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano.
- Le Breton, D. (2009). *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Petrópolis: Vozes.
- Lopes, M. I. V. & Mungioli, M. C. P. (2014). Brasil: trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva. In M. I. V. Lopes & Orozco G. Gómez (Eds.), *Estratégias de Produção Transmídia na Ficção Televisiva: Anuário Obitel 2014* (pp.119-160). Porto Alegre: Sulina.
- Orozco, G. (2014). Televisão: causa e efeito de si mesma. In M. Carlón & Y. Fachine (Eds.), *O Fim da Televisão* (pp. 96-112). Rio de Janeiro: Confraria do Vento.
- Recuero, R. (2014). *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Ribeiro, R. L., Fuso, S. F. & Bueno, O. F. A. (2006). Memória emocional em indivíduos adultos. In W. G. Porto (Ed.), *Emoção e Memória* (pp. 69-87). São Paulo: Artes Médicas.
- Schmidt, M. L. & Mahfoud, M. (1993). Halbwachs: Memória coletiva e experiência. *Psicologia USP*, 4, 285-298. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-51771993000100013>
- Scolari, C. A. (2014). *This is the End: As intermináveis discussões sobre o fim da televisão*. In M. Carlón & Y. Fachine (Eds.), *O Fim da Televisão*. Rio de Janeiro: Confraria do Vento.
- Wolton, D. (1996). *Elogio do grande público: uma crítica da televisão*. São Paulo: Ática.

OUTRAS REFERÊNCIAS

- Bressan Junior, M. A. & Costa, C. F. (2015, novembro). “Memória e televisão: a programação Déjà Vu no Canal Viva”. Comunicação apresentada no 10º Encontro Nacional de História da Mídia – ALCAR, Porto Alegre.

Citação:

- Junior, M. A. B. & Finger, C. (2017). Desenho metodológico e reformulações teóricas para a compreensão de uma memória tele-afetiva. In Z. Pinto-Coelho, T. Ruão & N. Zagalo (Eds.), *Arte, Políticas e Práticas. V Jornadas Doutorais Comunicação e Estudos Culturais* (pp. 251-275). Braga: CECS.