



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons.
É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

N234 Narrativas midiáticas [recurso eletrônico] : crítica das representações e mediações / organização Rosana de Lima Soares, Mayra Rodrigues Gomes. – São Paulo: ECA-USP, 2020.
215 p.: il.

ISBN 978-65-88640-08-1
DOI 10.11606/9786588640081

1. Meios de comunicação - Crítica. 2. Representações sociais - Crítica. 3. Narrativa. I. Soares, Rosana de Lima. II. Gomes, Mayra Rodrigues.

CDD 23. ed. – 302.23

Elaborado por: Lilian Viana CRB-8/8308



16

MEDIAÇÕES
AUDIOVISUAL
ENTRETENIMENTO
ENGAJAMENTO DA AUDIÊNCIA

ENTRETENIMENTO, CULTURA DA PARTICIPAÇÃO E AS SÉRIES DE TV

Sílvia Anaz (ECA/USP)ⁱ



Ouçã a apresentação do autor sobre o mesmo
tema no Podcast do MidiAto
(clique aqui)

Resumo

Produções audiovisuais de grande sucesso popular são muitas vezes considerados simples entretenimento, dando a elas um status menor em uma suposta hierarquia artística e cultural. Geralmente, isso acontece devido à associação da classificação entretenimento a narrativas consideradas de fácil compreensão e escapistas. A partir da análise dos fundamentos do conceito de entretenimento e do mapeamento das características narrativas e temáticas de um conjunto de produções audiovisuais bem-sucedidas, este ensaio busca refletir sobre os potenciais efeitos que as fórmulas adotadas pelos filmes e séries classificados como de entretenimento têm na fruição crítica de seus conteúdos pela audiência.

ⁱDoutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, realizou pesquisa de pós-doutorado em Meios e Processos Audiovisuais na ECA/USP. E-mail: silvioanaz@hotmail.com.

O sucesso global de séries televisivas que exploram temas não-realistas como *Lost* (ABC, 2004-2010), *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019) e *Stranger Things* (Netflix, 2016-presente) é constatado não apenas em função dos seus elevados índices de audiência e exposição midiática, mas também pelo engajamento dos seus fãs. A visibilidade das atividades dos espectadores de uma série em torno dela é a novidade na análise do seu sucesso, tradicionalmente medido somente pela quantidade do público que a assiste. A internet e as tecnologias digitais de comunicação e informação possibilitaram essa visibilidade; também expandiram e aceleraram a interação dos fãs entre si, e com os produtores e criadores das narrativas audiovisuais. São ferramentas que tornam patente como a recepção interpreta tais narrativas e como ela as reelabora criticamente em diversas dimensões, construindo uma *cultura da participação* (JENKINS, 2015).

O fenômeno contemporâneo da participação da audiência em torno das séries televisivas suscita a reflexão sobre dois pontos: (i) a arraigada visão nos estudos da comunicação de uma suposta passividade dos espectadores e, associada a isso, a qualificação de determinadas narrativas televisivas como de *simples entretenimento*, atribuindo a este uma conotação negativa pois alimentaria a passividade da audiência; e (ii) a estratégia narrativa de séries de TV que estimulam a cultura da participação a partir da combinação de entretenimento, não-realismo e desafios cognitivos colocados para os espectadores. Pontos que se mostram complementares na reflexão aqui desenvolvida.

Este ensaio busca, assim, refletir sobre os potenciais efeitos que as fórmulas adotadas por parte das séries de TV classificadas como de entretenimento têm na fruição crítica de seus conteúdos pela audiência, a partir da análise dos fundamentos do conceito de entretenimento e da discussão das estratégias narrativas utilizadas por séries de TV contemporâneas que estimulam a cultura da participação.

Refutando a conotação negativa de entretenimento e a passividade da audiência

A distinção entre arte e entretenimento ocorre geralmente a partir de um juízo de valor que atribui à arte qualidades elevadas, como seriedade e profundidade no conteúdo, refinamento estético e uma missão edificante, enquanto o entretenimento seria superficial, vulgar e voltado a uma distração hedonística, descompromissada e fugaz. A separação está presente também na classificação das produções audiovisuais. Bordwell (2013, p. 30) mostra que tal distinção é simplista, pois filmes blockbusters, considerados como sinônimos de *simples entretenimento* – enquanto, a verdadeira arte cinematográfica seria expressa em filmes experimentais, independentes ou feitos para festivais e nichos –, têm contribuído com vários dos principais recursos artísticos do cinema. Para enfatizar o equívoco de tal distinção, Bordwell ainda nos lembra da alta qualidade das obras dramáticas de William Shakespeare e da produção literária de Charles Dickens, originalmente produzidas para o público em geral. Apesar dessas evidências apontadas por Bordwell, boa parte das produções de grande sucesso popular é considerada como *simples entretenimento*, dando às obras um status menor na hierarquia cultural, devido à associação da classificação entretenimento a narrativas consideradas de fácil compreensão e escapistas. Associação praticada desde o âmbito do senso comum até o dos estudos acadêmicos, passando pelo da crítica jornalística.

A hipótese aqui investigada é que entre os principais responsáveis pela conotação negativa dada aos produtos culturais classificados como de entretenimento estão: a visão aristocrática sobre as artes, que ganha fôlego de tempos em tempos, e a perspectiva que enfatiza o produtor e o produto cultural, isto é, as características de conteúdo e formato e as condições de sua produção e veiculação, em detrimento do que acontece no âmbito da recepção, das potencialidades que a audiência tem em reelaborar criticamente o que está recebendo como informação e estímulo.

Em uma arqueologia sobre a conotação negativa do termo entretenimento¹, Dyer (2002) identifica suas origens no século 17 como fruto da reação da Igreja Católica e da aristocracia europeia à obra de Molière. O teor de suas dramaturgias, que imbuídas do espírito iluminista contestavam as autoridades, os valores e costumes da Igreja Católica e das cortes europeias, leva à reação da Igreja e da aristocracia que o atacam, categorizando suas criações como não edificantes. Os críticos de arte da época também consideram como de menor valor as produções de Molière, à medida que elas não respeitavam os cânones então em vigor. A partir daquele momento, o termo entretenimento passa a classificar as produções artísticas que não são consideradas arte, não são sérias e não são refinadas: “essa distinção permanece até hoje – arte é o que é edificante, elitista, refinado, difícil, enquanto entretenimento é hedonístico, democrático, vulgar e fácil” (DYER, 2002, p. 6, tradução nossa).

A conotação negativa de entretenimento volta a ganhar fôlego ao longo do século 20, a partir de teorias alinhadas a uma visão conspiratória dos processos comunicacionais nas sociedades capitalistas, como a ideia da *sociedade do espetáculo*, de Guy Debord, e, principalmente, com a linhagem da teoria crítica, a partir do julgamento feito por Theodor Adorno e Max Horkheimer do consumo dos produtos da chamada indústria cultural. Especialmente, a perspectiva adorniana sobre as produções culturais para as massas reforça a visão anterior e predominantemente aristocrática sobre os produtos artísticos que priorizam a recreação, usualmente classificados como entretenimento, variedades ou *show business*.

No mundo contemporâneo, decorridos três séculos da crítica feita às peças de Molière, a justificativa para o rebaixamento de um produto artístico à condição de simples entretenimento continua baseada na avaliação de um grupo restrito composto principalmente por acadêmicos, jornalistas e críticos de arte, que substituiu a elite aristocrática-eclesiástica dos séculos 17 e 18 no papel de validar o que é arte e cultura edificantes, a partir de conjuntos de critérios ideológicos, estéticos e éticos.

¹Etimologicamente o termo *entreter* ou *entretener*, do qual deriva a palavra *entretenimento*, surge entre os séculos 15 e 16.

Isso, no entanto, não acontece sem mostrar incongruências decorrentes do fenômeno geracional e da dissolução das fronteiras entre erudito e popular que a cultura de massas proporciona. Uma dessas incongruências é que algumas obras que são avaliadas na época de seus lançamentos como simples entretenimento, dadas as supostas características escapistas ou superficiais de seus conteúdos e formatos, com o passar dos anos ganham novo status, passam a ser cultuados por uma nova geração de intelectuais e jornalistas e tornam-se, em alguns casos, objeto de estudos e de disciplinas acadêmicas, além de fonte de inspiração e admiração para novos criadores. Foi o que aconteceu com o filme *Psicose* (Alfred Hitchcock, 1964), por exemplo.

Outra incongruência diz respeito a uma controversa e polêmica distinção que se estabelece dentro da própria cultura de massas inserida na lógica da indústria do entretenimento. A chamada cultura pop também ganha suas hierarquias estabelecidas por críticos e intelectuais: a da alta cultura pop, com qualidades superiores e edificantes, na qual estão filmes como *Brilho eterno de uma mente sem lembranças* (Michel Gondry, 2004), séries televisivas como *Black Mirror* (Channel 4/Netflix, 2011-presente) e grupos musicais como Radiohead; e a da baixa cultura pop, com qualidades inferiores e conteúdos infantilizantes, na qual estão filmes da saga *Guerra nas Estrelas* (1977-presente), séries televisivas como *Supernatural* (Warner Bros./CW, 2005-2019) e grupos musicais como New Kids on the Block.

O que parece ser um dos principais problemas desse tipo de classificação é, além da recorrência de uma visão elitista-intelectualista sobre a arte (LIPOVETSKY, 1989), a desconsideração do que acontece no âmbito da recepção. Na fruição de uma obra cultural, a interpretação de seu conteúdo e forma aciona um complexo conjunto de elementos que participam do processo, conforme o demonstrado por diferentes teorias e correntes de pensamento, como o modelo fenomenológico-hermenêutico (Paul Ricoeur), o conceito de mediações (Jesus Martín-Barbero), a antropologia do imaginário (Gilbert Durand) e a semiótica.

Os modelos semióticos mostram que os processos de codificação e decodificação são mediados pelas visões de mundo, bagagem cultural, meio sociocultural (instituições) e códigos e subcódigos dos criadores das narrativas e de cada espectador. Como destaca Wolf (2008, p. 191), ao analisar o modelo semiótico-textual de Umberto Eco e Paolo Fabbri, entre a mensagem entendida como forma significante que veicula um determinado significado e a mensagem recebida como significado, abre-se um espaço extremamente complexo e articulado. De acordo com as diversas situações socioculturais, existe uma diversidade de códigos ou de regras de competência e de interpretação.

A desconsideração do que acontece de fato no âmbito da recepção passa, no entanto, pela influência que uma visão primordial da teoria crítica ainda exerce. Adorno considera que os mecanismos da indústria cultural submetem a arte à condição de mercadoria e à lógica do capitalismo monopolista e que o consumidor é um sujeito passivo que obtém um registro intelectual pobre na fruição dos produtos culturais (ADORNO; HORKHEIMER, 2002). Hullat (2018) destaca ainda que a cultura popular, para Adorno, não é apenas uma *má arte*, ou *arte de baixa qualidade*, mas algo que nos escraviza e que rouba nossa liberdade estética. Assim, entretenimento como sinônimo de narrativas escapistas, superficiais e de baixa qualidade ou *má arte* está associado intrinsecamente a uma visão de um consumidor passivo, escravizado e limitado no seu processo de fruição.

A fragilidade dessa perspectiva fica ainda mais evidente a partir do sucesso de um conjunto de séries televisivas desde o começo dos anos 2000, que motivam o engajamento da audiência em participar da solução dos enigmas e desafios colocados por elas e em contribuir ativamente na expansão do universo narrativo original. Considerando-se que, provavelmente, esse comportamento participativo dos espectadores sempre existiu, o que se assiste neste começo de milênio é que tal comportamento ganhou visibilidade, amplitude e novas formas de expressão, graças às transformações nas tecnologias da comunicação e informação, com a popularização da internet e das mídias digitais.

Cultura da participação e estratégias narrativas que a impulsionam

Henry Jenkins entende que o comportamento contemporâneo dos consumidores de produtos midiáticos traz práticas culturais baseadas em: (i) *convergência*, definida como a ação dos consumidores voltada a buscar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos e que tem como contrapartida por parte das empresas produtoras de conteúdo o desenvolvimento de *narrativas transmídias* (JENKINS, 2008); (ii) *conexão*, que é a ação dos consumidores visando ao compartilhamento e propagação de informações em rede (JENKINS et al., 2015), resultando em fenômenos como a *inteligência coletiva* (LEVY, 2007); e (iii) *participação*, definida como a ação dos consumidores-receptores no sentido de alterar os conteúdos e informações recebidos e propagar os novos produtos decorrentes dessas transformações – ação em que as pessoas se envolvem ativamente na adaptação ou remixagem dos produtos originais e fazem com que cada ato de recepção torne-se um ato de produção cultural (JENKINS et al., 2015).

A *cultura da participação* ganhou visibilidade com as novas tecnologias. As contribuições ativas dos consumidores dos produtos culturais passaram a ser veiculadas e compartilhadas em diferentes formatos e plataformas na internet, com destaque para os *fandoms* (microgrupos sociais formados por fãs que compartilham os mesmos interesses), fóruns de discussão online, enciclopédias colaborativas (*wikis*) e *fan fictions* (narrativas ficcionais escritas por fãs que se apropriam de universos narrativos midiáticos), que se formam em torno de determinada narrativa ou personagem ficcional.

Parte das séries de TV tem se beneficiado da cultura da participação para expandir seu alcance em termos de audiência e prestígio e gerar subprodutos que mantenham o universo narrativo em alta, assim como as receitas diretas e indiretas. Narrativas televisivas com estruturas seriadas, e que constituem o que é classificado como *narrativas complexas* (MITTELL, 2012; 2015) ou *narrativas cinematográficas longas* (KALLAS, 2016), e que exploram enredos não-realistas, em

combinações de gêneros como fantasia, ficção científica e horror, entre outros, estão entre as que mais se beneficiam desse cenário. É preciso ressaltar, no entanto, que o sucesso de uma série televisiva é fruto de uma complexa combinação de múltiplos fatores que estão além das características expressas pelo roteiro e gênero.

Em artigo sobre os atributos das séries narrativas que levam ao maior engajamento da audiência, observamos que a potencialidade da participação do público está correlacionada à polissemia da narrativa (e não necessariamente a conteúdos sofisticados e/ou edificantes). Assim, a participação da audiência se dá à medida que há na narrativa abertura de sentidos que permite a imaginação do espectador suplementar, ampliar e revelar o mundo diegético (ANAZ, 2018). Nesse sentido, os recursos narrativos mais frequentemente usados por séries com altos índices de participação dos fãs e que suscitam tal polissemia são: *concepções espaço-temporais não convencionais*, como as usadas em *Lost* (ABC, 2004-2010); *múltiplos pontos de vista*, como em *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019) e *Lost*; e *teorias conspiratórias institucionais*, presentes em séries como *Westworld* (HBO, 2016-presente), *Stranger Things* (Netflix, 2016-presente) e *Lost* (ibid).

As narrativas televisivas não-realistas, que misturam fantasia e ficção científica, não somente têm sido as preferidas do público – enquanto as realistas são as preferidas da crítica (ANAZ, 2018, p. 252) –, como também são as que mais impulsionam as contribuições da audiência por meio de fandoms, enciclopédias online com verbetes e artigos referentes a elementos da série e produção de *fan fictions*, como pode-se observar na comparação entre algumas das séries preferidas pelo público e as preferidas da crítica.

Quadro 1: Comparativo de participação entre séries preferidas pelo público e pela crítica².

Série	Fandom/Wiki (artigos)	Fan fictions	Temporadas	Média de artigos por temporada	Média de fanfics por temporada
Supernatural	8.556	125.000	14	611	8.929
The Walking Dead	10.473	19.200	8	1.309	2.400
Lost	7.942	9.600	6	1.324	1.600
Game of Thrones	6.182	8.400	7	883	1.200
Stranger Things	442	2.200	2	221	1.100
Mad Men	460	234	7	66	33
Boardwalk Empire	1.821	164	5	364	33
The Handmaid's Tale	322	40	3	107	13
The Crown	131	14	2	66	7
Black Mirror	179	28	5	36	6

Fontes: Fanfiction.com; Fandom Wikis; ANAZ (2018)

O que se constata na amostra (Quadro 1) é que enquanto as séries não-realistas geram uma produção média de cerca de 900 artigos para enciclopédias online (*wikis*) e 3 mil *fan fictions* por temporada, as narrativas realistas geram apenas 30 artigos e 20 *fan fictions* por temporada. Esses dados indicam que as séries que exploram temas não-realistas, construídas nos gêneros de fantasia e/ou ficção científica e que recorrem a recursos narrativos que desafiam a audiência, como concepções espaço-temporais não convencionais e múltiplos pontos de vista, principalmente, impulsionam de forma muito mais significativa a cultura da participação, resultando em contribuições ativas de suas audiências. Vê-se aqui o fenômeno identificado por Jenkins (2015) em que o espectador faz com que cada ato de recepção se torne um ato de produção cultural. No caso das séries de TV, pode-se atribuir tal fenômeno à importância que o espaço deixado à imaginação do espectador pelas narrativas exerce nesse processo. Uma hipótese a ser explorada é a de que as séries realistas ou aquelas *pedagógicas* – como no caso de *Black Mirror* – deixam pouco espaço para a audiência interpretar seus sentidos fora daquele explicitamente dado pela narrativa, enquanto as não-realistas, justamente por explorarem

²Dados referentes à situação em 30 de junho de 2019.

imagens polissêmicas, deixam um espaço muito maior para a imaginação da audiência operar no processo interpretativo, gerando uma multiplicidade de distintas teorias explicativas.

Aqui é preciso fazer um parêntese: a oposição entre o gosto pelo realismo, predominante na opinião da crítica, e o gosto pelo não-realismo, predominante nas preferências do público em geral, parece retomar o antigo dualismo entre razão (realismo) e imaginação (não-realismo), exercido amplamente pelas visões cartesianas e positivistas que valorizam a razão em detrimento da imaginação. Tal questão é abordada por Durand (2002, p. 21), em seus estudos antropológicos sobre o imaginário, para quem o pensamento ocidental, desde os primeiros filósofos gregos até os pensadores europeus contemporâneos, construiu uma tradição de desvalorização da imaginação ante a razão, sendo aquela fonte de erros e falsidades, devendo, portanto, ser vista como ameaça contra o espírito. A postura de desvalorização das narrativas não-realistas, classificadas como de *simples entretenimento*, parece alinhar-se a esse arraigado preconceito, fenômeno que merece um estudo próprio para o seu aprofundamento e que não cabe neste ensaio.

De volta às estratégias narrativas em séries não-realistas que estimulam a cultura da participação, apesar do predomínio delas em produções norte-americanas, séries produzidas em outros países começam também a adotá-las. É o caso da alemã *Dark* (Netflix, 2017-presente), série que testa os limites de compreensão, participação e contribuição da audiência ao propor desafios narrativos com graus de complexidade elevados. Na série, que mistura ficção-científica, fantasia, drama, crime e mistério, o recurso a uma concepção espaço-temporal não convencional tensiona os limites de entendimento pela audiência. A partir da segunda temporada, a história se passa em cinco linhas do tempo – situadas nas décadas de 1920, 1950, 1980, 2010 e 2050 – introduzidas muitas vezes sem avisos prévios aos espectadores, que precisam recorrer a marcas cenográficas ou dos personagens para tentarem se localizar. Neste caso, algo também bastante desafiador, pois, além da dificuldade do espectador identificar quem é quem

no passado ou no futuro – há duas dezenas de protagonistas em versões no presente, passado e futuro diegético –, a narrativa trabalha com a possibilidade dos personagens encontrarem versões de si mesmos em seus deslocamentos temporais com resultados paradoxais em função da trama.

É importante observar também que, como parte dos protagonistas constitui-se de viajantes no tempo, a série propõe uma nova forma de entendermos o uso dos recursos de flashbacks, referentes às linhas do tempo passadas em relação ao presente diegético (identificado como 2019), e de *flashforwards*, referentes à linha do tempo futura. A concepção diegética sugere a ideia de um tempo circular e fechado ou até mesmo ilusório e que, ao final da segunda temporada (2019), apresenta também indicações de introduzir a ideia de universos paralelos (multiversos) na trama. *Dark* ousa nesse sentido de forma similar ao que fez *Lost* na década anterior, e é preciso analisar no futuro os resultados dessa ousadia em termos de impulso à participação do espectador para verificar se ela será tão bem-sucedida como foi a série norte-americana.

Se antes o fenômeno do engajamento da audiência não era visível ou havia dúvidas sobre o quanto ativo era o espectador das séries televisivas, as possibilidades oferecidas pela internet e tecnologias e plataformas digitais aqui vistas, como as *fandoms*, *wikis* e *fan fictions*, deram visibilidade à forma que as pessoas recebem aquilo que assistem nas séries de TV. Os resultados mostram que narrativas com qualidades associadas ao entretenimento são consumidas por um público que contribui ativamente no processo de reinterpretação, expansão e complementação do universo narrativo proposto, um público que é muito mais participativo na transformação do ato de recepção em um ato de produção cultural, quando comparado à audiência das séries mais sérias (ou realistas).

Considerações finais

A questão da cultura da participação ou do engajamento da audiência constitui-se em um dos principais diferenciais das séries dramáticas bem-sucedidas na medida em que significa não só esforços cognitivos acima da média por parte do espectador para a compreensão da narrativa, mas também atitudes ativas por parte dele em relação à série, como participação em grupos de discussão, pesquisas de informações e colaboração em enciclopédias virtuais, *wikis*, por exemplo. Tal ação pode resultar na produção de expressivas quantidades de informações e conhecimentos em rede pela (e para a) audiência.

Nesse contexto, algumas séries de TV classificadas como *simples entretenimento* têm sido, do ponto de vista do processo cognitivo, uma possibilidade promissora para ativar e estabelecer conexões que alarguem as possibilidades interpretativas e criativas da audiência. A visibilidade da relação da audiência com essas narrativas é um indicador do quanto são frágeis a ideia da passividade dos consumidores de produtos midiáticos e a disseminada conotação negativa dada ao termo entretenimento.

Enfim, não faz sentido aquilo que Lipovetsky chama do reflexo elitista-intelectualista presente em parte dos acadêmicos e críticos que acreditam ainda que o que diverte não pode educar o espírito e que o que distrai só gera atitudes estereotipadas (LIPOVETSKY, 1989, p. 225). Olhar e analisar o que acontece no âmbito da recepção das narrativas televisivas pode mostrar resultados bem diferentes daqueles previstos pela teoria crítica e suas atualizações; pode mostrar que séries de TV comumente classificadas como *escapistas*, na verdade, ativam a imaginação, geram participação e resultam em novas criações culturais por parte de seus espectadores, em proporções muito superiores àquelas classificadas como *edificantes*.

Referências

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALMEIDA, R. O processo de criação literária pensado pelo cinema de François Ozon. In: LEÃO, L. **Processos do imaginário**. São Paulo: Képos, 2016.

ANAZ, S. Atributos de séries dramáticas de sucesso e engajamento da audiência. **Significação**, v. 45, n. 50, jul.-dez. 2018.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. **A arte do cinema**. Campinas: Editora da Unicamp; São Paulo: Edusp, 2013.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

DYER, R. **Only entertainment**. Londres e Nova York: Routledge, 2002.

HULATT, O. Against popular culture. **Aeon**, v. 20, fev. 2018. Disponível em: <https://aeon.co/essays/against-guilty-pleasures-adorno-on-the-crimes-of-pop-culture>. Acesso em: 25 abr. 2018.

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

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2015.

KALLAS, C. **Na sala de roteiristas**. Rios de Janeiro: Zahar, 2016.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2007.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, jan.-jun. 2012.

MITTELL, J. **Complex TV**: the poetics of contemporary television storytelling. Nova York: New York University Press, 2015.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

A OBRA enfatiza a prevalência da concepção de uma crítica da mídia voltada para questões relativas às políticas da representação e às mediações na cultura que desafiam concepções teórico-metodológicas em favor de objetos empíricos híbridos, acolhidos dentro de um entendimento amplo sobre o domínio do político, da cultura, do popular e da mobilização social nas pesquisas em comunicação. Organizados em dois eixos temáticos, representações e mediações, os artigos reunidos se valem de correntes específicas das ciências humanas, incluindo, além das teorias da comunicação e dos estudos das mídias, as teorias da linguagem, da análise do discurso, da narrativa, dos estudos culturais, das ciências sociais, da antropologia, da psicanálise, das teorias da imagem, do cinema e do audiovisual.



KRITIKOS