

REFERÊNCIAS

Citton, Y. The Ecology of Attention. Cambridge: Polity Press, 2017.

Jenkins, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006.

Jenkins, H; Ford, S.; Green, J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: New York University Press, 2013.

Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken: Wiley, 2021.

Simon, H. A. Designing Organizations for an Information-Rich World. In: Greenberger, M. (org.). Computers, Communications, and the Public Interest. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1971.

Tuten, T. L.; Solomon, M. R. Social Media Marketing. 3. ed. London: Sage Publications, 2017.

Kaplan, A. M.; Haenlein, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, v. 53, n. 1, p. 59–68, 2010.

GSHOW. Tudo por uma segunda chance: como assistir à primeira novelinha da Globo. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/tudo-por-uma-segunda-chance/noticia/tudo-por-uma-segunda-chance-como-assistir-a-primeira-novelinha-da-globo.ghml>. Acesso em: 07 jan. 2026.

Meio & Mensagem. Vale Tudo e o recorde de merchandising em novelas. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/vale-tudo-e-o-recorde-de-merchandising-em-novelas>. Acesso em: 10 jan. 2026.

Nexus – Pesquisa e Inteligência de Dados. Bella Campos perde engajamento no Instagram e no TikTok: perfil de Maria de Fátima acumula mais de 6 milhões de interações. Estudos divulgados, 17 out. 2025. Disponível em: <https://www.nexus.fsb.com.br/estudos-divulgados/bella-campos-perde-47-do-engajamento-no-instagram-e-53-no-tiktok-em-1-ano/>. Acesso em: 12 jan. 2026.