



Depois de uma viagem profunda aos bastidores da televisão, Eduardo Cintra Torres desmonta o enredo que liga *Telenovela, Indústria e Cultura Lda.*

«Como se faz uma telenovela? Como se escreve, produz, realiza, apresenta? Quem vê e qual a sua opinião? Por ser o conteúdo de ficção mais visto, a telenovela é o esteio em que se ampara a pequena indústria audiovisual portuguesa. Dá trabalho a centenas de pessoas. Mantém a saúde financeira das empresas proprietárias dos canais. Ocupa o tempo mais precioso da programação, o horário chamado nobre. É vista por milhões, cujos hábitos, ideias e tendências alimenta e influencia, mas, apesar da atenção que lhe presta a imprensa especializada, passa despercebida no cardápio dos temas que a sociedade culta e mediática discute».

Sabia que um terço do tempo de programação das televisões generalistas é ocupado por novelas? E que os telespectadores portugueses continuam a desejar finais felizes? Nos dias que correm, a telenovela continua a ser o produto de ficção audiovisual que chega a mais gente mas o seu interior, a sua lógica de funcionamento, continuam a ser desconhecidos. Que narrativas e temáticas são privilegiadas? Como é um dia típico de gravações? Como é que os actores se preparam para as gravações

Eduardo Cintra Torres resgata dos bastidores o formato mais importante da ficção televisiva produzida em Portugal, a partir do exemplo concreto da telenovela *Mar Salgado*. Ao longo deste retrato, ficamos a conhecer conceitos como o de *merchandising* social, que povoa as narrativas contemporâneas, e percebemos as razões pelas quais o argumento é o principal esteio desta indústria. Para além de toda uma logística organizada em permanente contrarelógio, descubra porque é que a escrita é o principal instrumento de sedução do espectador.

Eduardo Cintra Torres (Lisboa, 1957) é doutorado em Sociologia pela Universidade de Lisboa. Formou-se em História (1980) e em Comunicação (2004). É professor de Estudos Televisivos e de Análise de Publicidade na Universidade Católica Portuguesa desde 2004. É crítico de TV e media no Público desde 1996 e de publicidade no Jornal de Negócios desde 2003. Este é o seu 12.º livro. Publicou obras como *Ler Televisão* (1998), *Reality Shows: Ritos de Passagem da Sociedade do Espectáculo* (2002), *A Tragédia Televisiva* (2006) e *Mais Anúncios à Lupa* (2008). Tem publicado artigos em revistas académicas nacionais e internacionais e capítulos de livros. É autor de programas de TV e de rádio desde os anos 80 e de materiais didáticos para o Ministério da Educação, como o CD-ROM *Vamos Ler Imagens!* (2006).

Para mais informações: pedro.vieira@booktailors.com