

A telenovela brasileira: uma nação imaginada

Cláudia de Almeida Mogadouro

O presente artigo está contextualizado num trabalho que vimos realizando junto ao Núcleo de Pesquisa de Telenovela (NPTN-ECA-USP) e do Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva¹ (OBITEL), sob a orientação da Prof^ª Dr^ª Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

As reflexões aqui contidas advêm de estudos que desenvolvemos durante o mestrado, concluído em 2005, e no doutorado, em curso.

Buscamos articular algumas reflexões sobre o ainda existente preconceito no meio intelectual com os estudos sobre a ficção televisiva, tentando demonstrar o quanto este produto revela sobre a idéia de nacionalidade como construção cultural, podendo se constituir como uma “narrativa da nação”. Tentamos fazer um paralelo entre a idéia de “repertório compartilhado” a partir da audiência massiva da telenovela, presente na obra de Martín-Barbero e Maria Immacolata Vassallo de Lopes e o conceito de “comunidades imaginadas”, proposto por Benedict Anderson e utilizado por Homi Bhabha. Procuramos ainda, rever o percurso da telenovela brasileira, que traz muitas peculiaridades em relação aos outros países da América Latina, potencializando ainda mais as discussões polêmicas que atravessam o país.

A TELENOVELA COMO OBJETO DE ESTUDO

A ficção televisiva, principalmente seu formato mais conhecido, a telenovela diária, é uma narrativa que, por um percurso muito peculiar no Brasil, tornou-se o principal e mais lucrativo produto televisivo, desde o surgimento da TV, em 1950.

Em toda a América Latina, a importância da telenovela em termos de audiência e lucratividade é inversamente proporcional à relevância dada nos meios acadêmicos para os estudos desse objeto.

Esse preconceito, que vem sendo superado ao longo dos últimos anos, acompanha a relutância em relação a outros objetos de estudo, especialmente de temáticas ligadas a entretenimento, lazer, humor e cultura popular.

Martín-Barbero, no campo da comunicação na América Latina e no Brasil, tem sido um dos teóricos mais críticos dessa visão elitista da cultura, com contribuições significativas para a teoria das mediações, especialmente para os estudos sobre a televisão, ao trazer a perspectiva dos estudos culturais europeus para a realidade

latino-americana. O autor discute um certo mal-estar pela desordem na cultura, introduzida pela experiência audiovisual. Primeiro, foi o cinema, “ao se conectar com o novo *sensorium* das massas”. No campo intelectual, o cinema era visto com desconfiança, uma vez que “des-organizava” o saber canonizado, tornando “visível a modernidade de certas experiências culturais que não se regiam por seus cânones, nem eram apreciáveis segundo seu gosto” (Martín-Barbero e Rey, 2001:33). Apesar da “domesticação dessa *força subversiva*” pela indústria de Hollywood, o cinema europeu volta a introduzir uma nova legitimidade cultural, nos anos 1960, com o “cinema de autor”, distanciando-o da mídia que, nessa época, já era fortalecida mundialmente com a televisão:

A televisão é a mídia que mais radicalmente irá desordenar a idéia e os limites do campo da cultura: suas cortantes separações entre realidade e ficção, entre vanguarda e *kitsch*, entre espaço de ócio e de trabalho. Porque, mais do que buscar seu nicho na idéia ilustrada de cultura, a experiência audiovisual a repõe radicalmente: desde os próprios modos de relação com a realidade, isto é, desde as transformações de nossa percepção do espaço e do tempo (*idem*:33-34).

Mas enquanto o cinema catalisa a experiência da multidão, a televisão traz essa experiência audiovisual para a esfera doméstica, para o campo do privado, em um movimento de “des-agregação” e “atomização” (Martín-Barbero, 1998). Porém, oferece ao telespectador o mundo, tornando-se lugar estratégico de sociabilidade, de circulação de informações e de entretenimento para todas as classes sociais.

O denominado “mau-olhado dos intelectuais” denuncia a crítica mais comum existente entre a intelectualidade latino-americana – bastante acentuada no Brasil, que não vê opção de vida inteligente na programação televisiva. Esses intelectuais criticam o mau gosto, a superficialidade e a *imbecilização* que a TV provoca no seu público, impedindo a “reflexão e a disseminação da cultura”.

Valendo-se, entre outros, de historiadores como Michell de Certeau (2003) que entendem o cotidiano como um espaço de recriação e não necessariamente de alienação, a teoria das mediações foi sendo adotada como paradigmática para as pesquisas de recepção no Brasil. Segundo esta visão, há uma negociação de sentidos no campo da recepção, que sempre é *mediatizada*. Não há uma transmissão direta e unívoca de mensagens e, sim, um processo que se inicia antes da assistência e continua quando a televisão é desligada. A reelaboração e ressignificação das mensagens produzem outros discursos que circulam em outros cenários, inseridos no cotidiano de todos, até de quem não assiste. Dentro dessa perspectiva, a recepção de situações apresentadas numa telenovela pode ser muito variada, pois depende do contexto sociocultural do assistente.

O melodrama estudado como constitutivo da cultura popular permite ainda a abordagem da noção de reconhecimento que, ao contrário de ser entendido como alienação – uma vez que se situa no âmbito dos sentimentos —, pode significar “interpelar uma questão acerca dos sujeitos, de seu modo específico de se constituir. E não só os sujeitos individuais, mas os coletivos, os sociais e, inclusive, os sujeitos políticos” (Martín-Barbero, 2001:316).

Nos elementos do melodrama, entendido numa perspectiva cultural, há muito do que somos, as incoerências e tensões, os preconceitos e superações: “Em forma de tango ou telenovela, cinema mexicano ou reportagem policial, o melodrama explora nessas terras um profundo filão do nosso imaginário coletivo, e não existe acesso à memória histórica nem projeção possível sobre o futuro que não passe pelo imaginário” (*idem, ibidem*).

A telenovela expressa muito bem esse reconhecimento ou identificação, uma vez que relata histórias essencialmente familiares, a partir da *sociabilidade primordial* do parentesco. Os marcos históricos e sociais passam a ser narrados através da participação de personagens. Uma guerra é vista a partir da morte de um vizinho, um hospital público é apresentado a partir de um acidente envolvendo personagens. Tal característica passou a ser muito clara na telenovela brasileira, e sua circulação de sentidos passou a ser tão intensa que possibilitou que questões privadas – assuntos íntimos de sexualidade, crises existenciais, problemas familiares, relacionamentos extraconjugais – alimentassem o debate público, enquanto questões públicas – corrupção política, lutas pela posse da terra, preconceitos raciais, conquistas da condição feminina – fossem vistas a partir da esfera privada (Lopes, 2003; Mogadouro, 2005). Ainda sobre o melodrama, Martín-Barbero manifesta-se:

Ao que nele (o melodrama) está em jogo é o drama do reconhecimento. Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e se disfarça: uma luta por se fazer reconhecer. Não estará aí a secreta conexão entre o melodrama e a história desse sub-continente? (Martín-Barbero, 2001:316).

A TELENOVELA COMO EXPERIÊNCIA DE RECONHECIMENTO

Com uma estrutura muito singular – sua origem é uma mescla do folhetim literário ou de jornal, radionovela, fotonovela, narrativa oral ou cordel – a ficção televisiva apóia-se na redundância e na fragmentação para contar histórias interligadas entre si, durante aproximadamente oito meses (tempo atual da novela brasileira do horário nobre). A partir de algumas pesquisas recentes,² tem ganhado corpo a idéia de que

esse ritmo e tempo, aliado a outros elementos da produção industrial permitem que a ficção televisiva esteja muito mais ligada à narração do que ao romance e essa narrativa sintetize o “imaginário de uma nação”, como nos diz Lopes: “(...) quando uma novela galvaniza o país, nesse momento ela atualiza seu potencial de sintetizar o imaginário de uma nação, isto é, sua identidade, ou o que é o mesmo, de se expressar como nação imaginada” (Lopes, 2003:32).

Além de se relacionar com outros textos (intertextualidade), a telenovela traduz-se num gênero em que há uma representação da identidade nacional. Para a compreensão desse “repertório compartilhado” que a telenovela estabelece com milhões de telespectadores, a partir de um mesmo texto ou produto, tomou-se o conceito de nacionalidade como *nação imaginada*, trazido por Anderson:

(...) a nacionalidade, ou, como poderá ser preferível, dada a multiplicidade de significados desse termo, o fator nacional e o nacionalismo são artefatos culturais de um tipo especial. Para compreendermos bem temos de analisar atentamente o seu aparecimento histórico, as alterações sofridas pelos seus significados ao longo do tempo e a razão por que, hoje em dia, possuem uma legitimidade emocional tão profunda. (Anderson, 2005:25)

Tal idéia nos permite entender a ficção televisiva como *narrativa sobre a nação*, que consegue interligar dimensões temporais, com histórias passadas em várias épocas, contribuindo para a construção de uma memória coletiva, constituindo-se em documento histórico, além de propor discussões polêmicas sobre temas controversos e latentes na sociedade atual (ética, corrupção, violência, sexualidade, entre outros). Independente do conteúdo e da abordagem de seus temas, a telenovela propicia a formação de um *fórum de discussões* em âmbito nacional, nos mais diversos cenários e segmentos sociais.

Anderson define a nação como “uma comunidade política imaginada e, ao mesmo tempo, intrinsecamente limitada e soberana”: “(...) É imaginada porque até os membros da *mais pequena* nação nunca conhecerão, nunca encontrarão e nunca ouvirão falar da maioria dos outros membros dessa mesma nação, mas, ainda assim, na mente de cada um existe a imagem da sua comunhão” (Anderson, 2005:25, grifos no original).

À PROCURA DE UMA IDENTIDADE NACIONAL

A telenovela é o produto cultural mais popular e lucrativo da televisão brasileira, consumida por todas as camadas da nossa sociedade. Embora tenha sua origem numa estrutura essencialmente melodramática, esse gênero percorreu um caminho muito interessante no Brasil, pois buscou uma forma própria de narrativa

popular, pautada nas relações do cotidiano, agregando realismo e críticas sociais, construindo um produto extremamente representativo da modernidade brasileira, por juntar o moderno e o arcaico, um típico produto da hibridização cultural (García-Canclini, 2000).

Atualmente, a marca da telenovela brasileira é identificada como aquela feita na Rede Globo de Televisão, porém, é importante lembrar que a ficção televisiva diária teve início em outra emissora – a TV Excelsior. Primeira emissora a conceber a televisão de um ponto de vista empresarial, a TV Excelsior inovou criando o seu primeiro *cast*, valorizando as equipes de produção, oferecendo bons salários e sendo pioneira em criar departamentos de figurinos e de cenografia, por exemplo. Foi dentro dessa estratégia de ampliação do público que a telenovela diária foi criada, em 1963, inspirada na experiência da *soap opera* norte-americana e já com a intenção de um produto cultural que iria agradar aos anunciantes, porque poderia promover a fidelidade do telespectador. A Colgate-Palmolive previu que a telenovela seria o espaço ideal para a veiculação dos seus produtos e passou a financiar essa experiência, inclusive escolhendo elenco, roteiros e autores, até o final da década de 1960 (Ortiz, Borelli, Ramos, 1989).

Embora as telenovelas da década de 1960 já refletissem aumento da audiência, elas ainda estavam em fase de experimentação, apresentando produção oscilante. Na sua maioria, eram adaptações de novelas da Argentina, Venezuela, Cuba e de outros países, mas os escritores brasileiros contratados para adaptá-las, aos poucos, passaram a imprimir uma marca brasileira, com adaptações mais próximas do telespectador. Alguns desses escritores começam a se firmar como autores nacionais de sucesso: Ivani Ribeiro, Benedito Rui Barbosa, Geraldo Vietri, Janete Clair, entre outros. A iniciante TV Globo trouxe, de Cuba, Glória Magadan, escritora de sucessos melodramáticos, para realizar vários folhetins fantasiosos, como *O Sheik de Agadir*.

Algumas iniciativas de mudança para diálogos mais coloquiais já haviam sido ensaiadas (*Ninguém Crê em Mim*, de Lauro César Muniz, 1966), assim como aproximação do herói folhetinesco com um cidadão comum (*Antônio Maria*, Geraldo Vietri e Walter Negrão, 1968/1969), quando se lançou, na TV Tupi, o que foi considerado o divisor de águas da história da telenovela: *Beto Rockfeller* (autoria de Bráulio Pedrosa e direção de Lima Duarte, 1968/1969). Essa experiência reuniu uma série de inovações – na direção, na posição das câmeras e na estrutura da história.

Com o sucesso de Beto Rockfeller, o anti-herói que desejava ascensão social – interpretado por Luiz Gustavo —, os produtores confirmaram não só a força que o gênero poderia adquirir na televisão brasileira, mas que o público desejava um

produto com linguagem mais moderna, que tratasse de temas do cotidiano das pessoas comuns, da classe média urbana e não mais romances com duques e *sheiks*, em terras longínquas.

A Rede Globo de Televisão, a partir das mudanças introduzidas pela TV Tupi, foi responsável pela “industrialização” da telenovela, transformando-a num produto cultural altamente lucrativo e consolidando a especificidade da teleficção brasileira. A associação com o grupo Time-Life e a criação da Central Globo de Produção foram fatores decisivos pelo altíssimo investimento na sua programação e o estabelecimento do “Padrão Globo de Televisão”. Na mesma época, o governo militar promove a implantação do sistema de telecomunicações da Embratel e a rede televisiva passa a cobrir praticamente todo o país. Alia-se a tudo isso o processo de urbanização pelo qual passa o país, além do aumento significativo verificado nas aquisições de televisores pela classe média urbana.

A passagem da direção da Rede Globo para as mãos de “homens de marketing” e o aprendizado com a Time-Life inovaram a forma de se encarar o produto telenovela, logo visto como a menina-dos-olhos da programação. As mudanças podiam ser vistas no formato industrial e altamente profissional de se fazer telenovela, o que provocou mudanças radicais na contratação dos profissionais e técnicos, na feitura do programa, nos temas a serem discutidos nas tramas e na relação com os anunciantes. Os programas eram pensados conforme o horário e a faixa etária, o que passou a ser de profundo interesse dos anunciantes. O estabelecimento da grade de programação, com horários fixos e bem divulgados, foi fundamental para firmar o hábito do telespectador e a novela global passa a ser “mania nacional”.

Pode-se afirmar que a novela produzida no Brasil é um produto de alto nível artístico, que se foi aprimorando no decorrer das últimas décadas e que, embora moldado industrialmente pela Rede Globo, passou a influenciar as produções de outras emissoras, tanto no Brasil, como no exterior.

A fidelização do público passou a exigir cada vez maior criatividade dos produtores, uma vez que se buscava uma constante renovação de roupagem para um produto que tanto sucesso comercial alavancava. Estabeleceu-se uma convenção que cada novo programa deveria trazer maiores novidades, em termos de elenco, assuntos polêmicos diferentes das novelas anteriores, além de provocar vendas de mais discos, roupas e outros produtos de consumo. O senso comum aponta esse consumo como exemplo do impacto das telenovelas na população, porém, é interessante verificar que alguns lançamentos de produtos da moda são bastante efêmeros e mal são lembrados no início da novela seguinte. É importante registrar que as mudanças mais significativas e que são efetivamente incorporadas socialmente

relacionam-se com temas como preconceito, igualdade da mulher em relação ao homem, entre outros (Ribeiro, 2005; Lopes, 2003).

Essa ênfase na representação de uma contemporaneidade sucessivamente atualizada é visível na moda, nas tecnologias, nas referências a acontecimentos correntes. Mas é visível também na evolução da maneira como o amor, o sentimento, o romance e a relação homem-mulher foram representados nas novelas dos anos 70 em diante (Lopes, 2003:25).

Outra característica marcante no percurso da telenovela no Brasil e que difere de outros países, foi o estabelecimento de uma “marca autoral”, enquanto em outros países existe a figura do roteirista, responsável por desenvolver um roteiro a partir de um argumento pronto, de marca industrial, com menores elementos artísticos. No Brasil, passaram a escrever telenovela para a Rede Globo, principalmente durante a ditadura militar, autores conhecidos publicamente por suas posições de esquerda, especialmente, os vindos do teatro, cujas obras não tinham chance de serem encenadas, justamente pela perseguição política. Mesmo sob uma feroz censura, esses dramaturgos (Dias Gomes, Lauro César Muniz, Jorge Andrade e outros) encontraram na telenovela uma possibilidade, muitas vezes dissimulada, de trazer a um público grande a crítica social e política.

Contraditoriamente à imagem da emissora profundamente comprometida com a ditadura militar, os autores assumem claramente a crítica social: “cabe ressaltar que o realismo concebido pelos autores neste período, visa responder a uma questão central: como retratar, discutir e criticar a realidade brasileira?” (Ortiz, Borelli, Ramos, 1989:93).

O fato de a telenovela ser um produto industrial altamente lucrativo, com necessidade de retorno imediato, explica parte desse paradoxo. O sucesso absoluto exigia, cada vez mais, bons autores que, possivelmente por uma questão de sobrevivência e necessidade de terem sua obra conhecida por muitos, deveriam encontrar uma alternativa para que sua crítica social fosse mantida, apesar da censura. Em relação à emissora, sempre se disseram independentes como criadores. Em 1973, Jorge de Andrade, faz um depoimento:

Não estou preocupado em fazer sucesso a qualquer preço. Tenho uma história pra contar e vou contá-la como acho que devo. Para isso fui contratado, para fazer ‘minha novela’, e a Globo até hoje cumpriu o combinado. Esta novela terá todos os ingredientes que formaram meus textos no teatro. Terá característica de novela, mas será minha. Eu não estou fugindo de ser o que sou no teatro e na literatura (*apud* Ortiz, Borelli, Ramos, 1989:86).

Outra característica vista com muito mais ênfase no Brasil é o fato de ela ser escrita na mesma época em que vai ao ar, caracterizando claramente o que se chama de “obra em aberto” (Lopes, 2003; Pallottini, 1998), permitindo forte relação de interatividade do autor com o público. A telenovela conquistou mecanismos de interatividade que fazem com que a sua assistência se transforme numa experiência não apenas cultural, mas de sociabilidade, uma vez que ativa um “repertório compartilhado” e faz circular discussões que se entrecruzam com o que se divulga na imprensa escrita, nos vários programas de televisão e de rádio, pesquisas de audiência, conversas domésticas, entre vizinhos, em ambientes de trabalho e escolares.

A crítica social é tratada através dos núcleos familiares, dos desencontros amorosos. A telenovela trata do preconceito racial, da condição feminina, da ascensão social, das relações familiares, da sexualidade e de tantos outros temas por meio de seus personagens que cativam o público por muitos meses. Desta forma, a nação é representada na telenovela e acompanhada e criticada por milhões de pessoas que interagem com a produção.

Alguns temas sociais passaram a ser incorporados nas produções, como vem se notando na questão de casamentos inter-raciais e no debate sobre o preconceito em relação à homossexualidade.

Outras ambigüidades desse produto cultural: ela acaba por apresentar uma mensagem muitas vezes moralizante, típica do melodrama, uma mensagem conservadora, uma vez que os problemas familiares e da ordem da afetividade estão normalmente no eixo de todas as tramas.

Porém, por se exigir constantemente certa verossimilhança, cada vez mais as tramas de sucesso vêm apresentando novos arranjos familiares, superação de preconceitos, questões políticas e de desigualdade social, trazendo tensões interessantes ao debate público.

Apesar de termos nos atido mais à telenovela brasileira, para considerarmos o produto cultural como narrativa da nação, torna-se relevante situar que nossa troca de experiências com os países que compõem o OBITEL (Brasil, Espanha, Portugal, Venezuela, Chile, Argentina, México, Colômbia e EUA; público e produção hispânica) nos permite constatar que, apesar do intenso bombardeio da rica indústria cultural norte-americana, no horário de maior audiência da televisão aberta são exibidas as novelas nacionais.

O caso de Portugal é bem interessante. Tradicional consumidor das telenovelas brasileiras desde 1977, através de uma retransmissora da Rede Globo naquele país (SIC), de uns dez anos para cá, a TVI (Televisão Independente, que era a terceira colocada em audiência) passou a contratar vários profissionais brasileiros

(entre técnicos e de criação) para realizarem o mesmo produto, com a mesma competência técnica das brasileiras, mas com o desenvolvimento de temáticas locais. O resultado – apresentado no congresso da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) em 2005, por Catarina A. D. Burnay da Universidade Católica de Portugal, é que, a partir de 2000/2001, os índices de audiência em Portugal registraram superioridade da TVI, o que vem se mantendo até os dias de hoje (Burnay, 2005). O mesmo se vê em relatos de brasileiros em outros países que querem ver sua “nação” no cotidiano apresentado na telenovela exportada do Brasil.

Novamente, cabe aqui o conceito de “comunidade imaginada” (Anderson, 2005) assim como a abordagem de ambivalência da idéia de nação de Homi K. Bhabha em *Narrando la Nacion* (1990). Segundo este pensador, enquanto a historiografia tradicional identificava a idéia de nação como uma narrativa do “progresso nacional”, as grandes migrações contemporâneas puderam trazer uma reatualização desse conceito, a partir de recriações culturais e sentimentos de “nostalgias culturais”, novas “etnicidades”, novos movimentos sociais etc., facilmente confirmados pelo sentimento de pertencimento nos estrangeiros que se vêem nas produções culturais ligadas à sua origem, nos outros países. Também nessa perspectiva, acredito que é possível ampliar os estudos da ficção televisiva e sua representação da idéia de nação.

CLÁUDIA DE ALMEIDA MOGADOURO é doutoranda em ciências da comunicação da Escola de Comunicação e Artes (ECA)-USP, Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa de Telenovela da ECA-USP.

NOTAS

1 O Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (OBITEL) foi criado em fevereiro de 2005 e trata-se de uma rede de pesquisadores de oito países: Brasil, Portugal, Espanha, Chile, Argentina, México, Colômbia e EUA (público hispânico). Entre outros objetivos, o OBITEL se propõe a estudar as temáticas apresentadas na produção de ficção televisiva e a representação cultural e identitária desses países.

2 Tal tese vem sendo desenvolvida desde 2002, no NPTN-ECA-USP, particularmente no projeto de pesquisa Nações e Narrações Televisivas: a telenovela brasileira no cenário internacional, coordenado pela Prof^a Dr^a Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Tais reflexões foram base para a constituição do OBITEL, em fevereiro de 2005.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, Benedict. *Comunidades Imaginadas; reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo* (trad. da 2ª ed.), Rev.,2005.
- BHABHA, Homi K. (org.). *Nation and narration*, Londres/ Nova York: Routledge, 1990.
- BURNAY, Catarina A. D.D.. “Ficção Nacional: a emergência de um paradigma televisivo”. Trabalho realizado na UCP (Portugal), apresentado no Congresso da Intercom, 2005.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano, Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*. São Paulo: EDUSP, 2000.
- LOPES, Immacolata. BORELLI, Sílvia H. S., RESENDE, Vera R. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade*, São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- LOPES, Immacolata. “Telenovela: uma narrativa sobre a nação”. *Comunicação e Educação*, nº 26, São Paulo: CCA-ECA-USP/Ed.Salesiana, pp21-33.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- _____. 1998. Cidade virtual: Novos cenários da comunicação. *Comunicação e Educação*, São Paulo: Moderna, nº 11, p.59.
- _____ e REY, Germán. *Os exercícios do ver, hegemonia audiovisual e ficção televisiva*, São Paulo: Editora Senac, 2001.
- MOGADOURO, Cláudia de A. “Do pátio à sala de aula: possibilidades da discussão da telenovela na sala de aula”. Dissertação de mestrado, ECA/ USP, São Paulo, 2005.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia H. S.; RAMOS, J. Mário O. *Telenovela – história e produção*, São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*, São Paulo: Moderna, 1998.
- RIBEIRO, Renato Janine. *O afeto autoritário*, São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.