O Cordel na Televisão, a Televisão no Cordel

Osvaldo Meira Trigueiro[1]
Universidade Federal da Paraíba

RESUMO:

Este trabalho é o resultado da análise de diferentes narrativas de acontecimentos midiáticos na literatura de cordel. É um estudo dos folhetos cujos títulos são: *Carta de um jumento a Jô Soares; Abaixo a baixaria na TV* e *O casamento do boiola*. Na era da globalização e da comunicação digital, no Nordeste Brasileiro, os poetas populares continuam operando como agentes mediadores entre os processos de comunicação midiáticos e os canais populares de comunicação. O objetivo da pesquisa foi analisar as repercussões, as interpretações e as apropriações dos significados dos acontecimentos televisivos e os processos de negociações de sentido na recepção desses conteúdos midiáticos pelos ativistas midiáticos, os poetas populares, que operam nas redes folkmidiáticas.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; cordel; ativista midiático; folkcomunicação.

Introdução

Não existe nada novo nos processos de apropriação da mídia pelos produtores das culturas populares, o que realmente existe são os procedimentos que se tornam cada vez mais sofisticados alcançando com mais rapidez, um número maior de receptores em tempo real e a longas distâncias. Na sociedade contemporânea, sem dúvida, a televisão é o mais importante veículo de comunicação de massa no Brasil, está presente em quase todo o território nacional, alcançando 99% dos 5.562 municípios. É uma importante fonte de informação para os produtores da cultura popular, especificamente os produtores de cordel, que estão apropriando e incorporando nas suas narrativas os acontecimentos midiáticos.

> Com a globalização dos meios de comunicação as interações entre as diversas culturas são cada vez maiores e não poderia ser diferente com as culturas populares. A teoria da folkcomunicação (BELTRÃO, 2001) é um caminho metodológico na busca de uma melhor compreensão dos novos

[1] Trabalho apresentado no NP Folkcomunicação - **VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação**– Intercom 2008.
Professor Associado do Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Comunicação Rural pela UFRPE, Doutor em Ciências da Comunicação pela UNISINOS/RS. Coordenador do NP de Folkcomunicaçõa da Intercom. Vice-Presidente da Rede Folkcom. Membro da Comissão de Folclore da Paraíba.

> significados simbólicos produzidos pelos poetas populares, que relatam no cordel os acontecimentos contemporâneos da sociedade midiatizada.

A cultura popular vincula-se ao tempo atual, melhor dizendo, tradição e modernidade andam juntas, estão ali coladas uma na outra, como fator de resistência e de mudança, num processo dialético, com maior ou menor relevância na vida cotidiana do local.

O acontecimento midiático no cordel

As experiências vividas historicamente no mundo são relações realizadas através de diferentes sistemas de comunicação, que podem ser determinadas em três momentos interligados: o momento em que observamos um acontecimento como testemunha ocular; quando tomamos conhecimento pelo sistema de transmissão ao longo do tempo; e, por último, pelo sistema de natureza simbólica. No primeiro caso o observador tem o controle real do acontecimento porque vivencia o fato, portanto é detentor de maior credibilidade; no segundo caso, na transmissão do acontecimento, a credibilidade já não depende somente do próximo narrador, mas dos procedimentos de informações adotados pelos narradores anteriores; e, por último, a relação entre comunicação e experiência não está vinculada diretamente à credibilidade do testemunho ou de quem transmite os fatos ocorridos, mas dos reconhecimentos de aceitação de trocas simbólicas dos diversos atores sociais, emissores e receptores participantes do processo de comunicação (RODRIGUES, 1990). Ou seja, não requer maior credibilidade e nem veracidade dos relatos testemunhados ou transmitidos.

É nessa relação entre comunicação e experiência de natureza simbólica que se encaixam os relatos dos acontecimentos contemporâneos no cordel fortemente influenciado pelos acontecimentos midiáticos que são espetáculos festivos, quase sempre transmitidos ao vivo pelas redes de televisão que envolvem vários profissionais e grandes aparatos tecnológicos para ofertar conteúdos e formatos à grande audiência em tempos e espaços diferentes. O acontecimento midiático, portanto, é uma cobertura de momentos históricos, políticos, esportivos, religiosos, ritos de passagens do mundo midiático (DAYA e KATZ, 1999).

Os poetas populares vivenciam experiências do mundo globalizado pelas novas tecnologias, conseqüentemente esses novos modelos de comunicação estão sendo agregados aos seus sistemas tradicionais de produção e veiculação dos seus produtos

culturais. Cada vez mais estão operando os dispositivos audiovisuais como a televisão, CDs, DVDs e a Internet como meios de veiculação sem, no entanto, afastar-se das suas estratégias tradicionais de comunicação tanto nos conteúdos como nos formatos. Ou seja, os poetas populares resignificam os códigos das narrativas tradicionais com o objetivo de ganharem visibilidade na sociedade midiatizada apropriando-se das novas tecnologias de comunicação.

J. Borges quando entrevistado pela repórter da Globo News, Bianca Ramoneda, para o programa "Starte", respondendo a questão temática do cordel na atualidade afirma:

> *Agora dentro da temática a gente procura fazer o negócio mais humorado, se coloca assim dentro do tema social que é o que se escreve mais hoje, e se escreve como eu tô escrevendo atualmente. Escrevi O casamento do boiola, escrevi A chegada da prostituta no céu, escrevi a descrição dos côrno, tudo isso são coisas engraçadas.*
> *E também se escreve acontecimentos, coisas acontecidas, não dá muita coisa porque, antigamente qualquer… até uma virada de carro dava um Cordel. Atualmente não dá porque a televisão mostra o sangue pingando e aí perde a graça, o Cordel não tem condição de vencer. Mas, dentro da temática ainda procuro fazer, emendar uma coisa com a outra e continuo a fazer cordel e o povo comprando.*
>
> *(...) A gente cria isso dentro dos acontecimentos ou das lendas também que o povo contava e dentro da região mesmo, como se vive e como vê os outros viver. É a maneira que se escreve o cordel, tem que escrever o cordel sendo mentira mas que o povo acredite que aconteceu ou que vai acontecer. Tem que ser assim, porque se fizer um cordel com mentira muito exagerada o povo diz: não, isso aí não tem valor, que uma mentira dessa não pode.*
> *Tem que ser uma mentira controlada, eu vivo de mentira, agora não gosto de mentir (...) mentira controlada, que a pessoa diga: olhe isso pode ser mentira mas tem condição de acontecer, ou pode acontecer ou tá acontecendo. Então, a mentira tem que ter um ambiente que ela se coloca pra poder o poeta viver da mentira, é o meu caso, eu vivo de mentira, agora não gosto de mentir não. Quando eu tô conversando eu gosto de contar a história certa.*

O poeta popular J. Borges continua residindo na cidade de Bezerros, a 97 quilômetros do Recife a capital do Estado de Pernambuco. Mesmo sendo de uma geração mais antiga de poetas está sempre informado, acompanhando os acontecimentos atuais pela mídia, mas continua como um observador da vida cotidiana da localidade. J. Borges, assim como tantos outros poetas, continua produzindo os seus

folhetos operando estratégias comunicacionais em campos híbridos de interseções do tradicional e do moderno.

Ao analisar folhetos de cordel como: *Carta de um jumento a Jô Soares*, de Klévisson Viana e Arievaldo Viana; *Abaixo a baixaria na TV*, de Gerardo Carvalho – que usa o nome artístico "Pardal"; e, *O casamento do boiola*, de J. Borges, busco compreender como são incorporados os conteúdos midiáticos, no caso da televisão, nas narrativas populares do cordel operados por esses ativistas midiáticos que invadem os espaços e tempos da comunicação global. São escritores de poesias populares, que conquistaram mobilidade sociocultural e econômica, maior grau de escolaridade e, conseqüentemente, incorporam nas suas narrativas os mundos de suas experiências contemporâneas. As narrativas em formatos de folhetos e os conteúdos temáticos sobre os acontecimentos midiáticos são estratégias folkcomunicacionais que ganham visibilidade nos meios de comunicação, principalmente na televisão e despertam interesse no público leitor.

Klévisson Viana sobre o assunto diz:

> *No dia 13 de setembro de 2001, há poucas horas do ataque às Torres Gêmeas, lancei também em parceria com o Ari "O Sangrento Ataque Terrorista que Abalou os E.U.A." que com certeza foi o primeiro folheto escrito sobre o tema. No mês seguinte dei entrevista ao programa do JÔ, onde tanto o folheto das "Torres" quanto a "Carta de um jumento..." fizeram muito sucesso. Fui, também, o primeiro cordelista que teve uma obra adaptada para televisão. Meu folheto" O romance da quenga que matou o delegado" foi adaptado em novembro de 2001 para a série da TV GLOBO "Brava Gente" com Ana Paula Arósio, Ernane Moraes, Fafi Siqueira, Tadeu Melo e grande elenco. A obra foi ao ar com o título "A quenga e o delegado", nome que eu já havia usado no interior do mesmo livrinho.*
> *Tenho também o folheto "O porco endiabrado no programa do Ratinho" (depoimento por e-mail em 31/07/2007)*

Em entrevista à jornalista Eleuda de Carvalho para o jornal **O Povo** Klévisson ao responder sobre o gosto de fazer cordel diz:

> *(...) começou na infância tem antecententes familiares (...) O bisavô, seu Feitosa era primo do cantador Jacó Passarinho, "aquele da famosa peleja com o Cego Aderaldo, registrado em livro por Leonardo Mota. E minha vózinha mãe do meu pai, Alzira de Sousa, já era uma colecionadora e leitora de folhetos. Contaminou meu pai com o gosto. Meu pai tentou se tornar cantador – é improvisador de mão cheia – mas nunca foi incentivado pela família. Papai é poeta mas nunca publicou nada* (Jornal O Povo, Fortaleza/CE, 23/4 /2005).

A estratégia de apropriação e incorporação de bens simbólicos contemporâneos pelos produtores das culturas populares sempre fizeram e continuam fazendo parte dessas estratégias de comunicação para vender melhor os seus produtos. No cordel foram reinventadas as histórias de Carlos Magno, de Bocage, do Cangaço no Nordeste brasileiro, de Padre Cícero, de Frei Damião, de Getúlio Vargas, de José Américo de Almeida, de Roberto Carlos, de João Paulo II, entre tantas outras (MEYER, 2001). O que estamos acompanhando atualmente é a velocidade das metamorfoses, das mudanças culturais no mundo globalizado pelas novas tecnologias da comunicação.

Em *Carta de um jumento a JÔ Soares*, Klévisson e Arievaldo Viana narram as queixas de um jumento pelo desprezo como a espécie foi tratada no programa de Jô Soares, transmitido pela Rede Globo em rede nacional. O jumento envia uma carta a Jô Soares mas, como o jumento é analfabeto, dita as suas queixas à escritora Rachel de Queiróz e assim é narrado:

Dizem que em Quixadá
Na casa de Zé Colares
Um jumento protestou
Com sentimento e pesares
Contra uma nota que saiu
E todo mundo assistiu (acontecimento midiático)
No programa Jô Soares. (estrofe 4, p.2)

Creio que o Jô Soares
Não disse aquilo por mal
Que em Quixadá, o jerico
Só está valendo1 Real
Quando o jumento assistiu
Grande desgosto sentiu
Por ser um pobre animal. (estrofe 5, p. 2)

Rachel então fez a carta
Conforme ele ditou
O gangão emocionado
Desta forma começou:
"Quixadá, mês de novembro
De 2000, se bem me lembro"
O jumento assim falou. (estrofe 13, p. 4)

Nobre jornalista Jô
Nestas linhas mal traçadas
Confesso que seu programa
Sempre rende gargalhadas
Porém me sinto ofendido

E lhe peço comovido
Defenda meus camaradas. (estrofe 14, p. 4)

Portanto, "Seu" Jô Soares
Tenha mais acanhamento
Só faz uma coisa destas
Quem tem um mal pensamento
Difamar a nossa raça
A fim de servir de graça
Tu maltrataste o jumento. (estrofe 31, p. 7)

Geraldo Carvalho (poeta que usa o nome artístico Pardal), no cordel de sua autoria *Abaixo a baixaria na TV*, faz criticas à apologia da violência no programa do SBT apresentado por Ratinho (Carlos Massa). Pardal assim narra os acontecimentos tramados no referido programa:

Desta vez estou falando
Não apenas acusando
Sem ter nenhum fundamento
O poeta aqui comprova
Porque tem em mão a prova
De um triste acontecimento. (estrofe 2, p. 1)

A guerra de estimular
O povo para brigar
Em auditórios sadistas.
Que com a desgraça alheia
Faz a coisa inda mais feia
Pois são sadomasoquistas. (estrofe 10, p. 3)

Pois é um tal de "Ratinho"
Que se faz de tão bonzinho
E "tapa o sol com a peneira"
Coloca remendo novo
No velho pano do povo
Que já sofre a vida inteira. (estrofe 12, p. 4)

Veja o que aconteceu
Com um conhecido meu
Sua mãe mulher e cunhada
Que pela necessidade
Caiu na barbaridade
De uma atitude impensada. (estrofe 14, p. 4)

Pois a TV o contratou
Que até mesmo exagerou
Quando foi representar.
O que a precisão não faz?
Pois com certeza sua paz
Desta vez vai se abalar. (estrofe 15, p. 4)

Chegam ao cúmulo de pagar
Os casais para brigar
De uma forma teatral
Pra tirar do povo a paz
E a violência voraz
Se tornar mesmo banal. (estrofe 17, p. 5)

Mas graças as parabólicas
Essas ações diabólicas
Em breve terão seu fim.
Pois temos a Rede vida
Que já está bem preferida
Por todo cristão enfim. (estrofe 21, p. 6)

É de cortar coração
Se ver na televisão
Uns "urubus" de auditório
Pela TV contratados
Se fazendo de coitados
"Ratos de laboratório". (estrofe 27, p. 7)

***P**rezado leitor amigo*
***A**bra o olho pra o perigo*
***R**eal daqueles programas*
***D**anosos pela intenção*
***A**rrasar todo o povão*
***L**evando o pior dos dramas. (estrofe 31, p. 8)*

Em *O casamento do boiola*, o poeta J. Borges narra o acontecimento do casamento de homossexuais de uma maneira jocosa, preconceituosa, bem ao gosto popular para melhor representar a aceitação de um possível enlace matrimonial entre dois homens. Mas, também faz críticas do modo e do estilo como o brasileiro usa o *jeitinho*, a *malandragem* como que para resolver coisas que estão fora das normas, dos valores aceitos pela sociedade. Assim narra J. Borges:

Havia um político famoso
muito forte e respeitado
do povo de sua terra
era muito acreditado
eleito em todas campanhas
mas tinha um filho viado (estrofe 1, p. 1)

Um dia o pai lhe falou
meu filho que história é essa
meu único filho é você
lhe considero boa peça
só não me diga que é GAY
não faça uma coisa dessa (estrofe 3,p. 1)

Disse ele: perdão meu pai
isso não me discontrola
sou um filho obediente
sou muito bom na escola
mas no meio dos colegas
eu sou um pouco boiola. (estrofe 4.p, 1)

Sobre o casamento do mesmo sexo, o poeta conta:

Quando chegou na igreja
foi toda se rebolando
o sacristão lhe perguntou
diga o que está faltando?
Estou pronto pra lhe servir
Mesmo assim desmunhecando (estrofe 20, p. 5)

Disse ela: Eu venho acertar
os papéis do meu casamento
ele respondeu pois-não
me dê o seu documento
também os papéis do noivo
agora neste momento (estrofe 21, p.6)

Ela entregou ele disse:
algo aqui está errado
os documentos são de homem
sei que não estou enganado
e a igreja não aceita
casar homem com viado (estrofe 22, p. 6)

Disse ela: Tem que aceitar
que papai tem muito dinheiro
e se o senhor quizer
a gente vai no banheiro
e acerta todos papéis
no jeitinho brasileiro (estrofe 23 p, 6)

E a noite disse ao padre
acertei um casamento
de um boiola gostoso
e o noivo é feito um jumento
e o padre disse: Nem pensar
fazer este sacramento (estrofe 25, p. 7)

O sacristão respondeu
não me bote para trás
já disse que se fazia
o casamento dos tais
e o boiola prometeu
nos trazer 10 mil reais (estrofe 26, p. 7)

Disse o padre: Assim tem jeito
não vou deixar de fazer
Deus proíbe mas não manda
dinheiro pra nós comer

se um quer e outro quer
desde já vou resolver(estrofe 27, p. 7)

Já recebeu a propina
você é todo moderno
acunhado o padre disse
valei-me meu pai eterno
dessa vez rasguei todas
as páginas do meu caderno (estrofe 31, p.8)

Com 8 dias casaram
o superdotado e Sofia
o sacristão disse ao padre
já recebemos a quantia
desse jeito se casa até
Vicente com malaquía. (estrofe 32, p. 8)

Os acontecimentos televisuais são temas freqüentes na literatura de cordel, até por que ambos pertencem ao mundo do real, da ficção e do lúdico. Nos anos de 1960 o gênero telenovela já se consolidava no Brasil como programa de ficção de grande sucesso de audiência popular como *O Direito de Nascer*, na primeira versão de 1964 e, *Antonio e Maria*, de 1968, na TV Tupi; *Gabriela*, de 1975, na TV Globo (FERNANDES, 1994). O sucesso popular das telenovelas foi incorporado aos repertórios dos poetas populares e nesses processos de metamorfoses por que passam as narrativas populares contemporâneas transformaram em folhetos de cordel com grande aceitação de público. Manoel D'Almeida Filho escreveu *Gabriela*; José Soares, o poeta repórter, e os poetas José Oliveira Neto e Rodolfo Cavalcante Coelho, escreveram sobre a telenovela *O direito de nascer;* Emerenciano Fonseca escreveu sobre *Antonio e Maria ou A verdade sobre o lusitano sensual;* isto só para citar alguns autores mais conhecidos. Portanto, a encenação do espetáculo chega muito antes da invenção da indústria cultural, tem suas raízes na *commedia dell'arte*, nas apresentações das ruas, nas feiras e praças já no início do século XVI e que se consolida como espetáculo, já próximo ao que assistimos hoje, em meados do século XIX.

A cultura aqui é compreendida como processo de negociação de troca simbólica operado em diferentes instâncias dos mundos das experiências tradicionais e modernas, interligadas com os mundos da realidade, da ficção e do lúdico. Os espetáculos fazem parte das diversidades e das diferenças culturais e através dos acontecimentos ganham visibilidades em proporções maiores na sociedade midiatizada. Na sociedade globalizada os espetáculos estão infiltrados, são partes integrantes não só na ficção, mas também da nossa vida cotidiana do mundo concreto e do mundo abstrato. Melhor

dizendo, do campo do real tradicional e do campo do real virtual moderno. O problema não é o espetáculo em si mesmo, mas como é produzido e veiculado pela mídia para atender as novas demandas de consumo dos bens culturais de bases locais (CHAUI, 2006, p. 14). As mentiras contadas por J. Borges, Klévisson Viana e Pardal nos folhetos, respectivamente, *Carta de um jumento a Jô Soares, Abaixo a baixaria na TV* e *O casamento do boiola,* são mentiras do mundo lúdico, mas que se aproximam do mundo real e do mundo da ficção que nos ajuda a construir a vida cotidiana distinta uma da outra. Os poetas populares para conquistarem espaços no mundo das mídias, principalmente nos programas de televisão, operam estrategicamente como ativistas midiáticos das redes folkcomunicacionais inserindo nas suas narrativas acontecimentos da sociedade global. E nesse jogo de interesses o jeitinho, a malandragem, a mentira são significações de valores aceitos nos contextos dos espetáculos populares ou midiáticos.

Portanto a mentira é um desses valores estabelecidos na construção do mundo da ficção e do mundo do lúdico como parte estratégica da sua dinamicidade, mas que não pode ser uma mentira exagerada, deve ser uma mentira que poderá acontecer no mundo real e nessa mentira existe a possibilidade da credibilidade e veracidade, é uma mentira, *mas que o povo acredite*, como afirma J. Borges. Ou seja, as narrativas lúdicas, jocosas, ou ficcionais contadas do jeito que o povo brasileiro gosta. É a mesma mentira impregnada nos acontecimentos midiáticos televisuais, a mesma mentira das práticas sociais da vida cotidiana e suas extensões de falsificações (JOST, 2004, p. 138). A participação, cada vez mais constante, de produtores da cultura popular, a exemplo de J. Borges, no programa "Starte" da Globo News e de Klévisson Viana no "Jô" Soares da TV Globo, é que os transforma em ativistas midiáticos como protagonistas dos programas de auditório e de entrevistas, cada qual no seu tempo e espaço concedido ou conquistado.

O escritor e dramaturgo Ariano Suassuna, ao proferir Aula Magna (2007) na Universidade Federal da Paraíba comentou sobre a mentira fazendo a seguinte afirmação:

> *Um escritor é um mentiroso: A Pedra do Reino, 630 páginas, nada do que tem lá é verdade, tudo é mentira! Agora, que eu me ocupe em contar aquela mentira descomunal, ainda vá porque tem doido pra todo tipo de coisa! Agora ter quem edite e ter quem compre, quem leia e que ainda vá estudar (p.31).*

Mais adiante continua dizendo:

> *O mentiroso que mente para prejudicar os outros, ou para se exaltar, esse eu não gosto, não. Gosto do mentiroso gratuito, o mentiroso que ama a mentira pela mentira, como obra de arte, com esse eu simpatizo. Porque ele, como nós, é uma pessoa que não se satisfaz com o real, e cria então um novo universo. Todo escritor é assim (...) Por isso mesmo, um assassino é mau cidadão, mas é um excelente personagem. O sujeito que não faz mal, nem rouba nem mata, é um péssimo personagem, não acontece nada a ele. Eu sou um desses. Como personagem sou um desastre. (...) Como é que vou fazer isto, se não me acontece nada? Tenho que mentir. O Auto da Campadecida é uma enorme mentira (p.33/34).*

A mentira controlada criada por Ariano Suassuna é muito próxima das mentiras criadas pelos poetas populares no cordel. São mentiras que estão constantemente nos romances, nas peças teatrais, no cinema, nos programas da televisão e, especialmente, nos de ficção seriada assim como as telenovelas e minisséries.

O que nos faz rir na cultura midiática e na cultura popular é o mundo do lúdico, onde estão as mentiras, as ironias, as falsificações, os fingimentos (JOST, 2004, p. 143) e o grotesco (SODRE, 2002). Por esses motivos os poetas populares operam estratégias folkcomunicacionais e na era da cultura globalizada cada vez mais como ativistas midiáticos, mesclando o mundo real, da vida cotidiana; o mundo ficcional, do fingimento; e o mundo lúdico, do humor nos acontecimentos de temáticas sociais e políticas, justamente para o povo rir. Os folhetos *Carta de um jumento a Jô Soares; Abaixo a baixaria na TV e O casamento do boiola*, são exemplos, entre tantos outros, que demonstram como os produtores das culturas populares, cada qual a seu modo, no seu estilo operam dispositivos folkcomunicacionais para se inserir no contexto da sociedade contemporânea. São essas interações dos diferentes mundos "que caem no gosto popular" e, conseqüentemente, têm maior possibilidade de aceitação, de difusão e de recepção do popular/massivo/popular do real/foccional/lúdico.

É nesse jogo de negociação entre o real e o ficcional quase sempre mediado pelo jogo do lúdico, operado pelos ativistas midiáticos das redes folkcomunicacionais que são negociadas construções novas de significações comunicacionais e culturais entre o tradicional e o moderno, entre o local e o global. Negociações estas já existentes muito antes da invenção da sociedade de consumo de massa, da indústria cultural e da televisão. Os acontecimentos midiáticos, principalmente na televisão, operam estratégias de interatividade entre o real, a ficção e o lúdico, o profano e o sagrado, o mal e o bem. Ou seja, dos ritos de passagens herdados dos espetáculos populares que

chegam aos nossos dias agregados de valores simbólicos do mundo real virtual originário da sociedade midiática.

A pesquisa na área da folkcomunicação está atenta às metamorfoses, às rápidas mudanças por que passam as diferentes manifestações culturais tradicionais no mundo globalizado, até para entender melhor como os seus produtores apropriam-se, incorporam e usam os formatos e conteúdos midiáticos para conversão de novos significados objetivando as demandas de consumo das sociedades globalizadas.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação:** um estudo dos agentes e dos meios populares da informação dos fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. 266 p.
BEMJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea.** Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004 154 p.
CARVALHO, Eleuda de. Jornal **O Povo,** Fortaleza/CE, 23/4 /2005.
CHAUI, Marilena. **Simulacro e poder**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006. 142 p.
FERNANDES, Ismael. **Memória da telenovela brasileira.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1994. 402 p.
JOST, François, **Seis lições sobre televisão.** Porto Alegre: Sulinas, 2004. 174 p.
MEYER, Marlyse. **Caminhos do imaginário no Brasil.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001. 229 p.
RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação.** Lisboa/PT: Editora Presença, 1990 223 p.
SCHULER, Fernando e Juremir Machado da Silva (orgs.). – **Metamorfose da cultura.** Porto Alegre: Sulinas, 2006. 176 p.
SIQUEIRA, Aparecida Alves de. **Um estudo da notícia na literatura de cordel**.
Monografia de conclusão de curso de graduação na habilitação Jornalismo na UFPB, 2007.
SODRE, Muniz. **O império do grotesco.** Rio de Janeiro: MAUAD, 2002. 154 p.
SUASSUNA, Ariano. **Aula Magna.** João Pessoa: Editora Universit´ria, UFPB, 2007.

Folhetos:

CARVALHO, Gerardo (Pardal). **Abaixo a baixaria na TV**. Fortaleza, Edições Cecordel, maio/1998.
CARVALHO, Gerardo. **Televisão é também um canal de violência**. Fortaleza, coleção Cordel Sempre Vivo – 177. Out./1997.
D'ALMEIDA FILHO, Manoel. GABRIELA. Aracaju, Secretaria Especial da Cultura, Governo de Sergipe, 1994.
DANTAS, Anchieta. **Galvão Bueno o rei das transmissões esportivas na TV**. Fortaleza, gráfica Dantas Araújo, março/2005.
SOARES, José. Novela Antonio Maria. Primeiro capítulo. Recife.
VIANA, Klévisson e Arievaldo Viana. **Carta de um jumento a Jô Soares**. Fortaleza, Tupynanquim editora, setembro/2005.

Sites consulados:

www.bocc.upi.tp
www.globo.com
www.ibge.gov.br