

O oculto moral no telejornalismo: quando o melodrama transcende a ficção e passa a ser imaginação*

Mariana Boldrin**

RESUMO

O presente estudo se propõe a analisar os conceitos propostos por Peter Brooks (1995) na literatura como oculto moral e imaginação melodramática, relacionando-os ao telejornalismo feito hoje pelo Jornal Nacional. Pretende-se assim entender de que forma a imaginação melodramática se manifesta na cobertura jornalística da “tragédia na Boate Kiss”, articulando o conceito de oculto moral às oposições valorativas encontradas nas reportagens. Assim busca-se mostrar como a forma e o conteúdo usados no Jornal Nacional da TV Globo, aos moldes melodramáticos, reforçam a condição do homem enquanto mero espectador diante desta sociedade do espetáculo, onde as relações são mediadas pelas imagens.

PALAVRAS – CHAVE: Telejornalismo; Imaginação Melodramática; Boate Kiss; Peter Brooks

Introdução

Estamos inseridos numa sociedade onde a relação do homem com o sofrimento e a angústia é frequente. No mundo pós-sagrado, segundo Freud (1974) existe um mal-estar que torna impossível enfrentar a realidade sem uma ilusão, papel ocupado pela ficção como uma espécie de amortecedor das emoções.

É neste contexto que a estrutura melodramática predomina. Logo o modo de ver o mundo é moldado sob uma oposição valorativa, o bem contra o mal, por exemplo. Então o melodrama sempre vai dividir o mundo em duas partes, uma polarização, que é o conceito de oculto moral proposto por Brooks (1995).

E as características mais marcantes dos personagens, mesmo muitas vezes não tendo relação direta com a realidade, são utilizadas ao excesso. São hiperdramatizadas, buscando uma identificação mais rápida, direta e certa com o público. O que para quem está em

*Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

**Mestranda em Comunicação, Cultura e Cidadania pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura. Pesquisadora do grupo de estudos em narrativas e entretenimento. Email: mari_boldrin@hotmail.com

casa assistindo é muito consolador, pois dá uma aparente “ordem” ao mundo e apazigua o cidadão que desde que entrou num período pós-sagrado vive tomado pela angústia e ansiedade diante dos perigos e adversidades da vida moderna.

Surgem então os estereótipos, que são simplificações de determinada representação de algo ou alguém. Assim como nos filmes, os estereótipos são de grande utilidade ao jornalismo pois permitem uma rápida assimilação do público e conseqüentemente um rápido entendimento, completando o objetivo da comunicação de um para muitos.

O estudo de Peter Brooks (1995) a respeito da imaginação melodramática vai ser importante para mostrar como o jornalismo se utiliza de uma forma estética antiga, mas que é eficaz em causar identificação no público a que se destina, bem como identificar de que forma isso se concretiza, diluindo a barreira do que é fato e do que é ficção.

1-De quem estamos falando?

É impossível falar de jornalismo, de cinema e dessa forma estética comum ao dois, que é a imaginação melodramática, sem falar também de modernidade. O homem desta modernidade em que vivemos apresenta características marcantes, tais como a falta de atenção generalizada, o esquecimento diante da quantidade de informação, a busca pelo prazer e a necessidade de emoções cada vez mais intensas, sem que isso leve à reflexão ou ao sentir de fato. E essa nova configuração do homem é causa e efeito dos padrões propostos pelo conceito de imaginação melodramática, enxergando assim o melodrama como aquele que molda a sociedade de acordo com seus interesses e, ao mesmo tempo é permeável às necessidades do público.

Mesmo antigo o melodrama mantém sua eficácia, pois mantém essa maleabilidade às novas necessidades da sociedade como característica básica, assim como o jornalismo precisa ser. Diante do homem das grandes cidades, Singer (2001, p.134) observa que o “melodrama urbano tornou-se sinônimo de ação violenta, acrobacias e espetáculos de catástrofe e risco físico. (...) enquanto os primeiros melodramas talvez tivessem um clímax espetacular, o melodrama da virada do século passou a acumular emoção em cima de emoção”.

A fim de entender esse jornalismo contemporâneo e o porquê de se apropriar de recursos melodramáticos, é preciso identificar o telespectador a quem se destina. A ansiedade em relação aos perigos que a vida moderna pode oferecer, na chamada sociedade

do hiperestímulo, trazida por Singer (2001) vai ser amplamente utilizada pelos meios de comunicação, que exploram essa vulnerabilidade física com abuso de imagens instantâneas, da cobertura de acidentes e os problemas das metrópoles. O crescimento do sensacionalismo enquanto divertimento é outra marca dos novos tempos e pode explicar o gosto popular por este tipo de reportagem feita aos moldes do que se convencionou chamar “tragédia na Boate Kiss”.

Essa ampla escala do divertimento sensacionalista foi claramente um sinal dos tempos: o sensacionalismo era a contrapartida estética das transformações radicais do espaço, tempo e da indústria. Ao evitar um explicação mais estritamente socioeconômica, eles conceberam a comercialização do “suspense” como reflexo e um sintoma da modernidade neurológica. A intensidade crescente dos entretenimentos populares, argumentaram correspondeu à nova estrutura da vida diária” (SINGER, 2001, p.137)

2-As manifestações da imaginação melodramática no telejornalismo

O efeito dramático só é possível porque o telejornalismo apropria-se de uma estrutura narrativa largamente utilizada pelo cinema desde seu início, denominada melodrama, em vista da necessidade do veículo e das possibilidades que ele apresenta para o sucesso na conquista do telespectador. Com o melodrama, é possível apresentar emoção sobre emoção, usando cenas que apelam para os sentidos, condicionando os espectadores a uma necessidade cada vez maior e mais intensa de estímulos como forma de recompensa a essa vida tão tumultuada, numa espécie de catarse.

Para amenizar esse processo exasperante que caracteriza os fatos, a matéria dos informativos, os realizadores se viram levados a torná-los mais palatáveis e terminaram por desembocar no universo antes antagônico: o da ficção. Estratégias, posturas enunciativas próprias da ficção passaram a fazer parte do dia-a-dia noticioso. (BALOGH, 2002, p.107)

Tradicionalmente, o melodrama é o responsável por trazer, nos palcos ou nas telas, aos olhos do espectador as tragédias da vida, as dores e alegrias humanas, sob o prisma da superficialidade, da oposição valorativa (preferencialmente o bem contra o mal), da agilidade no modo de narrar e da estrutura linear com começo, meio e fim, em que permite a qualquer um entender o que se passa, independentemente do momento em que começa a

acompanhar a história. É também caracterizado como aquele que desperta o sentimento de identificação em quem assiste, com o objetivo de aliviar as tensões e reforçar a estrutura vigente. Segundo Huppés (2000, p.23) “o melodrama busca deliberadamente a sintonia com o grande público, identificando nessa adesão o caminho para o sucesso”. É justamente essa aceitação do público, tal como o melodrama já tem consolidado no imaginário, que o jornalismo também tenta incessantemente alcançar.

Sua capacidade de adaptação e permeabilidade às novas necessidades e padrões da sociedade é o que explica sua longevidade com tanta força e vigor. Ele vai, a partir da hiperdramatização e da polarização substituir o vazio que ficou no mundo pós-sagrado, colocando uma ordem por meio dos aspectos valorativos, o que consola, apazigua o espectador. Tanto que hoje essa forma narrativa já é vista muito mais como adjetivo (melodramático) do que como substantivo (melodrama), a ponto de ser considerada por Brooks (1995) como uma imaginação. Ou seja, o melodramático são conceitos, valores e ideias que permeiam o modo com que as pessoas veem o mundo.

Apesar do melodrama, com as características que conhecemos hoje, ter nascido nos palcos dos teatros, com *Coelina* em 1800 de Guilbert de Pixierécourt (Thomasseau, 2005), ele ganhou espaço e notoriedade no cinema, onde foi popularizado e conquistou preferência quase que universal do público por essa estética.

Só que uma das grandes contribuições aos estudos do melodrama não viria nem do teatro, nem do cinema, mas da literatura, onde Peter Brooks inaugura, a partir da análise de Balzac e James o conceito de “imaginação melodramática”, que implica numa ampliação drástica da atuação do melodrama, com série de mudanças do conhecido melodrama canônico, flexibilizando a estética, colocando-a como uma forma de ver o mundo e que está inescapavelmente arraigada na consciência moderna.

Brooks (1995) vai reavaliar a característica mais conhecida do melodrama, que é a luta do bem contra o mal e vai ampliar essa característica para uma oposição valorativa na forma de enxergar as coisas. É por isso que essa forma narrativa e estética transcende a estrutura fechada e simplista dos gêneros.

O espectador a quem o Jornal Nacional quer “agradar” é alguém que passa por um bombardeio de estímulos todos os dias. Grande parte vive do trabalho alienado, por isso lhe falta tempo, não tem acesso a conteúdos mais aprofundados, dependendo da superficialidade das notícias da TVs aberta, o que se reflete diretamente na postura editorial adotada pelo veículo. A ansiedade em relação aos perigos que a vida moderna pode oferecer

na chamada sociedade do hiperestímulo (SINGER, 2001) vai ser amplamente utilizada pelos meios de comunicação, que exploram essa vulnerabilidade física com o abuso das imagens instantâneas, da cobertura dos acidentes e problemas das metrópoles, num ritmo semelhante ao de produção em uma esteira rolante, que contém ação e velocidade. O incêndio na boate Kiss tem tanta força justamente por conseguir aliar um acidente a imagens fortes. Para prender o público é utilizada toda uma estrutura narrativa pensada sobre a ótica da explosão, que apela aos sentidos.

As pessoas abrem um jornal, vão ao cinema, ligam a televisão ou compram um livro para passar bem o tempo, no sentido mais ligeiro do termo, e não para martirizar o cérebro com preocupações, problemas, dúvidas. Só para elas se distraírem, esquecerem-se das coisas sérias, profundas, inquietantes e difíceis, e entregarem-se a um devaneio leve, agradável, superficial, alegre e saudavelmente estúpido. E há algo mais divertido do que espiar a intimidade do próximo, surpreender um ministro ou um deputado em cuecas, averiguar os deslizes sexuais de um juiz, verificar que chapinham no lodo aqueles que passam por respeitáveis e modelares (LLOSA, 2012, p.132)

Tendo em vista este público, caracterizado por Llosa (2012), percebe-se que a preferência do Jornal Nacional pelo melodrama não se dá por acaso. O melodrama é o que melhor se encaixa no contexto atual, justamente por dar suporte psicológico ao cidadão comum, que, em meio à correria da vida moderna, sente um grande vazio e certo desamparo. É aquele que, graças à saturação de informações, apenas assiste, torna-se coadjuvante da vida, sem julgar-se merecedor de tomar rédeas da sua própria história, de assumir desafios que o tornam mais forte, tal como os personagens dramáticos. O escape e a apatia por vezes são as saídas encontradas, não as melhores, mas as que menos doem. Enquanto que as emoções baratas nada cobram do telespectador e são um caminho bem mais fácil, mas que não levam à reflexão alguma. Eis como opera a indústria cultural:

Inventa figuras chamadas “espectador médio”, “ouvinte médio” e “leitor médio”, aos quais são atribuídas certas capacidades mentais “médias”, certos conhecimentos “médios” e certos gostos “médios”, oferecendo-lhes produtos culturais “médios”. Que significa isso? A indústria cultural vende cultura. Para vendê-la, deve seduzir e agradar o consumidor. Para seduzi-lo e agradá-lo, não pode chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, trazer informações novas que o perturbem, mas deve devolver-lhe, como nova

aparência, o que ele já sabe, já viu, já fez. A “mídia” é o novo senso comum cristalizado, que a indústria cultural devolve com cara de coisa nova. (ADORNO e HORKHEIMER apud CHAUI, 2006, p. 29)

3- O modo de construir a notícia no Jornal Nacional

Considerando tais aspectos pode-se traçar um breve perfil característico do Jornal Nacional, que une notícia a recursos melodramáticos. A começar pela narrativa dos fatos. O jornal é responsável por disseminar fatos como se fosse uma única verdade, com velocidade e alcance. Quando menos se espera, reportagens tornam-se pauta das conversas informais. Também podem provocar revoltas, indignações populares. O diferente, o curioso, enfim, o que é espetáculo no palco da vida torna-se notícia e vice-versa: as notícias tendem a ser espetacularizadas. Ganham uma nova roupagem ao serem contadas, sendo, de forma mais ou menos aleatória ressaltados alguns aspectos e descartados outros. A imagem fabricada, portanto, surge no rascunho do repórter e nas mãos dos editores e se sobrepõe ao que ocorre de fato pelas ruas da cidade. Essa elaboração proporcionada pelo aparato técnico-narrativo por vezes não tem sequer ligação com os acontecimentos. A descontextualização pede uma solução, bem simples, maniqueísta, não importa como seja arranjado o desenrolar dos fatos, desde que tenham um desfecho.

Na cobertura da TV, tem-se uma impressão de multidão e de animação que, na realidade não existem. E que o *cameraman* seleciona as imagens mais atraentes, o repórter dramatiza o que se passa frente a seus olhos, e os efeitos de continuidade operados através dos monitores ajudam a criar o resto da ilusão. São constantes as ilusões de objetividade fabricadas pela televisão. Isso implica numa armadilha para o receptor: certo de defrontar-se com o real, este pode deixar-se influenciar ainda mais pela mensagem, entregando-se sem rédeas aos processos de identificação e projeção. Nesse ponto a TV converte-se num veículo socialmente perigoso, pois tende a conformar o indivíduo à sua pseudo-objetividade, (...) que no caso do Brasil é bastante medíocre e conservadora. (SODRÉ, 1985, p.62)

Assim, o jornalismo, mesmo se defendendo com a capa da objetividade, se perde em sua essência para fiscalizar e se propõe a encher o telespectador de entretenimento, escândalos e curiosidades com o objetivo de incitar o consumo, que pode ser altamente consolador a princípio, mas nunca suficiente, para que se compre sempre mais. Com o

pretexto da audiência, a alegação dos meios de comunicação é que oferecem aquilo que o público quer ver, mas nunca deram outra opção de escolha.

O melodrama encontra-se colado às mais diversas estruturas comunicativas, o que permite dizer que lidamos com um público educado para esse formato, com uma resistência à busca de outros. O salto, por exemplo, da programação para os comerciais não causa estranhamento, também porque o mundo da propaganda já foi abduzido pelo melodrama. Portanto, é habitual a fragmentação sem causar desconforto, mas sim expectativa para o próximo bloco.

Associado ao jornalismo, o melodrama serve para emocionar, comover, domesticar e condicionar o público a emoções, cada vez mais intensas para que consiga tocá-lo e a Globo conseguiu fazer isso muito bem. Só que nesse caso, o jornalismo, em vez de cumprir seu papel social, educador e formador de indivíduos mais conscientes e críticos, nada mais faz do que sanar a sede de justiça, a curiosidade. Na primeira segunda-feira pós-incêndio o telespectador não teve nenhuma outra notícia a não ser a da boate Kiss, o que passa a falsa impressão de que isto é o acontecimento mais importante e que nada mais de substancial aconteceu além disso.

O maniqueísmo, ao dividir os fatos em dois lados, o bem e o mal, é responsável por manter a ordem vigente, numa espécie de pedagogia moral, capaz inclusive de disciplinar o imaginário coletivo. Desde o início da cobertura do Jornal Nacional esta divisão ficou bem definida. As vítimas mortas no incêndio, bem como os sobreviventes tornaram-se a representação do bem, enquanto que os donos da boate e os músicos que dispararam um sinalizador dentro da boate já receberam desde o início toda a culpa e como tal foram mostrados como bandidos fielmente caracterizados: cabeça baixa, se esquivando das perguntas dos repórteres, sendo presos. A necessidade do jornal em buscar um “vilão” é observada logo na primeira manchete da escalada, que diz “o incêndio em Santa Maria leva à prisão quatro pessoas: dois integrantes da banda que se apresentou no local e dois sócios da boate”

Tal qual em uma história, acontecimentos vão sendo narrados, não na ordem de importância, que seria o *lead*, mas na ordem que possibilite dramaticidade. A organização visa dispor os fatos a partir de uma perspectiva linear dos fatos, do começo, meio e fim, ale, de dividi-los entre bons e ruins. As pessoas já não são elas próprias ao conceder entrevista: elas são personagens e a nomenclatura é comumente utilizada no jornalismo. Assim a

narrativa dos fatos cotidianos assume a mesma estrutura e a lógica das telenovelas, por exemplo. (JUNIOR, 2001)

Lanza (2005) afirma que essa ligação entre jornalismo e melodrama tem origem na “espetacularização” ou “folhetinização” da vida. O intuito não é só informar, por isso o uso de tantas encenações. Debord (1967, tese 30) coloca que o motivo para a contemplação e o consumo passivo das imagens se dá justamente porque a televisão possibilita ver o que falta na existência real do indivíduo da chamada sociedade do espetáculo. Logo as relações entre os homens já não são mais mediadas pelas mercadorias, mas sim pelas imagens.

A mídia cria diariamente a sua própria narrativa e a apresenta aos telespectadores – ou aos leitores – como se essa narrativa fosse a própria história do mundo. Os fatos, transformados em notícias, são descritos como eventos autônomos, completos em si mesmos. Os telespectadores, embalados pelo “estado hipnótico” diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que veem é o mundo em estado “natural”, é “o” próprio mundo. (JUNIOR, 2001, p. 103)

A defesa do telejornalismo da TV Globo se embasa na objetividade, que assim como isenção, imparcialidade, ética e credibilidade se colocam como pilares da profissão. O problema de se trazer uma versão construída, criada sem limites e de acordo com os interesses da corporação é que o telespectador, que não tem a mínima noção do processo de produção, vai considerar aquilo que ele vê através dos raios mágicos e sedutores da TV a verdade absoluta e incontestável, sendo que ela ainda é a principal fonte de informação do brasileiro. O simulacro se mantém porque serve para garantir do poder que a mídia ainda exerce sobre as pessoas e claro, boa audiência vende muito.

Por sua vez o modelo “polifônico” de telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, portanto nunca é o resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa “interessada” diante dos fatos noticiados (MACHADO, 2003, p. 109)

Isso quer dizer que o Jornal Nacional, ao se posicionar como aquele que traz o real, sem colocar o espectador a par do processo ao qual o jornalismo está submerso, é

enganador. A postura nem sempre retrata a vontade de repórteres, apresentadores, cinegrafistas e produtores, muito menos da chamada “opinião pública”, pois não é fruto de um consenso, mas da política vertical pré-estabelecida pelos donos da empresa. Chauí (2006) considera que ao invés de opinião pública, tem-se a manifestação pública de sentimentos.

Isso explica o porquê da pergunta que os repórteres incansavelmente dirigem aos entrevistados, perguntando-lhes o que sentem ou o que sentiram diante dos acontecimentos, ficando por conta do emissor da notícia oferecer informações, interpretações e explicações, usando para essas últimas o jargão de uma linguagem pseudotécnica ou científica incompreensível, de sorte a oferecer aos demais a ilusão de que conhecem os fatos porque têm sentimentos e preferências sobre eles, porquê confiam nos sentimentos do entrevistado e porque algum especialista apresentou uma explicação crível. (CHAUÍ, 2006, p.10)

Na segunda feira, dia 28 de janeiro de 2013, a edição do Jornal Nacional foi apresentada por Willian Bonner direto da cidade de Santa Maria e foi o único assunto do noticiário. Já na escalada, que traz os destaques do dia, pode ser observada a primeira polaridade. Logo nos primeiros minutos do Jornal, os mortos e as famílias ganham a caracterização de vítimas, tal qual o modelo melodramático. Em seguida, existe toda uma ânsia em responder de quem é a responsabilidade pelo acidente. Os músicos, os donos da boate são os primeiros a serem identificados como culpados, ainda que todas as informações apuradas ainda fossem preliminares, sem nenhuma comprovação e não passavam de especulação, ancorada no discurso autorizado da polícia. Essa resolução do conflito é trazida por Xavier (2003, p.95) como uma das características próprias do melodrama, mas que não deixa de se aplicar ao jornalismo: “o principal é garantir a pedagogia que requer a resolução das ambiguidades mesmo que tudo se apoie no terreno por excelência das incertezas: o mundo das imagens”

Considerações finais

Diante da análise realizada em torno das características da sociedade contemporânea, pode-se perceber que a cobertura do incêndio na boate Kiss feita pelo

Jornal Nacional que emerge deste contexto segue o mesmo caminho, justamente em busca da aproximação com o público. A nova configuração trazida pela vida moderna determinou novas proposições ao telejornalismo praticado pela TV Globo com relação não só à forma, mas também ao conteúdo. Depois de um dia atribulado e tenso, o espectador médio almeja conteúdos que desestressem, que não necessitem de pensamento crítico para interpretar e decodificar.

Pela necessidade de satisfazer esse público cada vez mais sedento de emoção, informação e velocidade, nota-se que o Jornal Nacional apropria-se de recursos narrativos melodramáticos em busca de manter seu prestígio e audiência, já que o papel da mídia também sofreu uma reconfiguração, no sentido de que não é suficiente só comunicar. Com o grande número de informação em circulação, é preciso um diferencial. E este não está associado à profundidade crítica, mas a elementos particulares e simples, que chamam a atenção. É preciso emocionar para prender esse público saturado de informações e tendencioso ao esquecimento.

O homem abriu mão de sua racionalidade para mergulhar de cabeça no universo da emoção. O jornalismo também. Por meio do exagero de imagens espetaculares, de informações instantâneas e do sensacionalismo na cobertura dos eventos, principalmente o que o Jornal Nacional chama de “tragédia”, ele se inclui no grande espetáculo enquanto mediador e formador de um simulacro por meio do qual o homem tem acesso à sua própria vida. Isso explica porque até a população de Santa Maria acompanhava tudo pela televisão e se dispunha a dar entrevistas e visibilidade aos acontecimentos, mesmo com todo o sofrimento que estava passando.

Os indivíduos que formam a sociedade atual e que são telespectadores desse modelo de jornalismo apresentam-se cada vez mais frágeis psicologicamente, acreditam-se vítimas à mercê de um destino implacável, definido. Coadjuvantes da própria história, tal qual em uma novela, onde são personagens, nada mais que bonecos, nas mãos de seus criadores.

Analisando as reportagens do incêndio em Santa Maria, é possível elencar elementos melodramáticos na construção da narrativa jornalística, constituída para conquistar o espectador pela identificação, pelas sensações, pelo conteúdo raso e pedagogia moralizante. Com isso, questiona-se se hoje o que se tem na televisão ainda é jornalismo, considerando os critérios de pertencimento ao gênero, ou se este se perdeu no sensacionalismo e na busca por audiência.

A “tragédia na Boate Kiss” é um caso emblemático pelo tempo, importância que adquiriu no Jornal Nacional e pelo tipo de cobertura realizada, utilizando-se para tanto uma intensa carga emocional diariamente para comover, sobrepondo-se até mesmo aos fatos. As duas vertentes fortes estavam ligadas diretamente ao imaginário popular, vindas do melodrama: cheio de denunciismo o jornal se dá o direito de incriminar e vitimizar, explorando a dor e incitando a indignação de populares. Ainda assim poucos se propuseram analisar a fundo os perigos que este tipo de cobertura representa aos envolvidos diretamente e à informação de qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALOGH, Anna Maria. O discurso ficcional na TV. São Paulo: Edusp, 2002.

BROOKS, Peter. The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, and the Mode of Excess. New Haven e Londres: Yale University Press, 1995.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder – uma análise da mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FREUD, S. O mal-estar na civilização. In: Obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Vol. XXI, Rio de Janeiro: Imago, 1974.

HUPPES, Ivete. Melodrama: o gênero e sua permanência. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

JUNIOR, José Arbex. Showrnlismo: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

LANZA, Sônia. Jornalismo: da origem folhetinesca à folhetinização da informação. In: 3º Encontro Nacional da História das Mídias, da Rede Alfredo de Carvalho, Novo Hamburgo, 2005. Disponível em <www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/cd3/jornal/soniamarialanza.doc>. Acesso em 05 de maio de 2014.

LLOSA, Mário Vargas. A civilização do espetáculo. Lisboa: Quetzal Editores, 2012.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2003.

MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus, 1988.

OROZ, Silvia. *Melodrama: o cinema de lágrimas da América Latina*. Rio de Janeiro: Funarte, 1992.

SARTRE, Jean-Paul. *A imaginação*. Porto Alegre: L&M, 2010.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. (Org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p.115-148.

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis: Vozes, 1985.

THOMASSEAU, J. M. *Melodrama*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

XAVIER, Ismail. O olhar e a cena – Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. In: *Melodrama ou a Sedução da Moral Negociada*. São Paulo: Cosac & Naif, 2003.