

Director

Edgar Jaramillo S.

Gestión de Medios

Eugenia Ávalos V.

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.

Consejo EditorialHéctor Espín
Juan M. Rodríguez
Francisco Vivanco R.**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas
de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>Red de Revistas Científicas
de América Latina y el Caribe
en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓNPresidente
Víctor Hugo Olalla P.
Universidad Central del EcuadorMaría Isabel Salvador
Ministra de Relaciones Exteriores, Comercio e
IntegraciónRaúl Vallejo C.
Ministro de EducaciónHéctor Chávez V.
Universidad Estatal de GuayaquilAntonio Aranibar
Organización de Estados AmericanosPatricia Ashton D.
Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinosJosé Camino C.
Unión Nacional de PeriodistasFreddy Moreno M.
Asociación Ecuatoriana de RadiodifusiónWilfrido García
FENAPEEdgar Jaramillo S.
Director General del CIESPALTeléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
Fax (593-2) 250-2487web: <http://www.ciespal.net>weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>Apartado Postal 17-01-584
Quito - Ecuador
Registro M.I.T., S.P.I. 027
ISSN 13901079

12600

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Nº 104 diciembre 2008

Personaje	Pág.	Coyuntura	Pág.
José Marques de Melo: Un investigador joven <i>Cosette Castro</i>	4 ✓	Televisión e infancia: ¿De dónde viene la violencia? <i>Tatiana Larrea Oña</i>	60 ✓
Marques de Melo: El inventor de tradiciones <i>Gustavo Cimadevilla</i>	10 ✓	Culturas populares: Comunicadoras de la acción comunicativa <i>Paola Bonavitta</i>	66 ✓
Marques de Melo: Su pensamiento periodístico <i>Jorge Pedro Sousa</i>	18 ✓	Un arma del contrapoder: Humor político y medios <i>César Ulloa Tapia</i>	72 ✓
Entre el saber y el poder: Recuento del pensamiento latinoamericano <i>Luis Ramiro Beltrán</i>	26 ✓	Obama: La comunicación del cambio <i>Alfredo Dávalos</i>	78 ✓
Perfiles del desafío: La reinención del compromiso <i>Mario Nieves</i>	32	Aula	
Portada		Redactores: Los periodistas ocultos <i>Rubén Darío Buitrón</i>	82 ✓
Telenovela: Folletín de mis des/reencuentros <i>José Marques de Melo</i>	40 ✓	Creative Commons: Cultura abierta, barreras legales y sus alternativas <i>Juan José Puertas</i>	86
La telenovela: Un formato antropófago <i>Omar Rincón</i>	48 ✓	Manuales de estilo: Herramientas básicas de la producción editorial <i>Carlos Aulestia</i>	92 ✓
Telenovela latinoamericana en España: Identidades culturales y confluencias comerciales <i>Luis Fernando Morales Morante</i>	52 ✓	Publicaciones	98
		Actividades del CIESPAL	104



 www.globo.com/america

Telenovela:

Folletín de mis des/reencuentros

José Marques de Melo

Brasileño, docente-fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, director de la Cátedra UNESCO de Comunicación en la Universidade Metodista de São Paulo.
catedra.unesco@metodista.br

Cuento de hadas

No es metafórico decir que la telenovela padeció en un "valle de lágrimas" hasta conquistar el "trono" de emperatriz en el reino de la fantasía.

*La telenovela es un producto latinoamericano
y en Brasil ha sido parte importante
en la educación no formal y en el proceso de
información de la sociedad de masas*

Sufrió originalmente como huérfana "rechazada" por la madre literatura, en plena decadencia aristocrática. Enfrentó humillaciones burguesas cuando fue reconocida como hija bastarda del papá periódico.

Comenzó a sentirse comfortable cuando pasó a la condición de prima "agregada", en el emergente emporio dominado por la tía Radio. Entre tanto, solo adquirió altivez y disfrutó el poder, después de las nupcias con el rey Mercado, siendo coronada "reina" en el imperio multinacional de la televisión.

Mercancía cultural

Formato singular de la industria televisiva latinoamericana, el melodrama electrónico conquistó inicialmente los mercados nacionales del continente, para solo después alcanzar éxito como producto de exportación mundial.

Pero llevó mucho tiempo hasta que nuestra academia legitimase a la telenovela como objeto de estudio. Considerada un tema maldito, quedaba por fuera de la agenda políticamente correcta de las universidades.

Mi interés por el fenómeno remonta a su propia génesis como icono de la cultura popular de masas en Brasil.

Superando prejuicios

Soy del tiempo de la radionovela, compongo la audiencia periférica de los folletines de la Radio Nacional, pues los niños eran excluidos de ese universo. La intención era apartarlos del contacto precoz con el "valle de lágrimas". Nutrido diariamente por guionistas contratados por las agencias de publicidad, ese montón de dramas en capítulos era irradiado para todo el territorio nacional. En cierto sentido, revivían, en la generación de entreguerras, las emociones experimentadas por los que fueron iniciados en

el "vicio" de la complacencia parcelada de las aventuras folletinescas.

Cuando las novelas llegaron a la televisión, permanecí distante del flujo experimental, inhibido por el prejuicio que acometió toda la generación "guevara", persuadida a rechazar los productos culturales del nuevo vehículo, porque eran productos empaquetados por el "imperialismo", potencialmente alienantes.

Solo comencé a disfrutarlas estéticamente en el momento en que la televisión se abrasileñó y asumió un perfil tallado por la vida cotidiana de nuestra sociedad y catalizó la posible resistencia al régimen militar instaurado en el país, en 1964.

Desperté, finalmente, para la significación político-cultural de las telenovelas cuando comencé a estudiarlas académicamente. Como docente de teoría de la comunicación de masas no tenía el derecho a desdeñar las mercaderías sociales que se encontraban en circulación.

Catarsis colectiva

Mi primera incursión investigativa se dio en 1967, cuando realicé un estudio exploratorio de la recepción de las telenovelas entre mujeres de la ciudad de São Paulo.

Al trabajar con un grupo de investigadores de iniciación científica, vinculados con el Centro de Investigaciones de la Comunicación Social, en la Facultad de Periodismo Cásper Líbero de la Pontificia Universidad de São Paulo, procuré aprender el impacto de la telenovela en la sociedad brasileña.

Tomé como referentes tres conceptos debatidos en aquella coyuntura. Edgar Morin (1962) argumentaba que, institucionalizando la "cultura de masas", el siglo XX diseminaría una "concepción lúdica de la vida". Un segundo

aporte fue el de David Riesman (1961), quien advertía que, no obstante la democratización cultural promovida por la industria mediática, los contingentes urbano-industriales producían espacios limitados, estigmatizados por el aislamiento, fenómeno que él acuñó como "multitud solitaria". Finalmente, Marcuse (1966) diagnosticaba una tendencia nociva al fortalecimiento de la sociedad democrática, que degeneraba en peligrosa "apatía política".

Los resultados de la investigación de campo sugerían que los efectos catárticos de la telenovela se tornaban una especie de "opio del pueblo brasileño" en una coyuntura típicamente represiva (el período comprendido entre el "golpe" militar de 1964 y el "golpe dentro del golpe" de 1968).

Entonces, las actividades políticas estaban en receso en los partidos, sindicatos, asociaciones, y la vida civil prácticamente quedaba restringida al ambiente doméstico. La opción de que las telenovelas acompañasen diariamente, dejaba de ser una diversión típicamente femenina, y se convertía en un hábito familiar. Además de considerarlas "instructivas" y "divertidas", las mujeres paulistas tenían conciencia de que las telenovelas se situaban en el terreno de la "fantasía", aunque allí se encontrasen puntos de conexión con su propia realidad.

Con todo esto, el indicador más expresivo de la investigación fue el que las telenovelas se habían legitimado en el principal tema de conversaciones interpersonales, y establecieron una continuidad comunicacional entre las escenas románticas y el cotidiano de los telespectadores.

Se trata de un fenómeno semejante al que Gabriel Tarde identificara en Francia a finales del siglo XX, al hacer una radiografía de la influencia de los periódicos diarios en los coloquios mantenidos por los ciudadanos en los respectivos círculos de la vecindad.

Síndrome de Frankfurt

Así, al configurar un fenómeno dotado de tan gran impacto en la vida familiar y comunitaria de los brasileños, la telenovela permaneció prácticamente ignorada por los investigadores de la comunicación de masas, fruto de la

hegemonía frankfurtiana que caracterizó a la investigación mediática en Brasil, durante las décadas del sesenta y setenta.

El tema comenzó a suscitar interés académico a partir de los años ochenta, y coincidió, de cierto modo, con el agotamiento y ocaso del régimen militar y, a la vista hubo un crecimiento de la atención que los propios medios dieron al fenómeno telenovélico.

La telenovela fue el refugio de las capas media y baja de la sociedad brasileña durante los años sesentas y setentas. En la década del ochenta, la academia tornó su mirada a este fenómeno

Son, de ese tiempo, las lecturas político-culturales y las investigaciones sobre los efectos socio-educativos realizados por Jão Luiz Tilburg, quien rescató el sentido de la telenovela como instrumento de educación permanente; Rosa María Fischer analizó el discurso infanto-juvenil respecto de la televisión; Ondina Fachel Leal ensayó una lectura social de la "novela de las ocho" y Roberto Ramos, cuya investigación sobre cultura y mercadeo en las novelas descubrió enteramente la representación del mundo de los ricachones en la pantalla de televisión en la Red O'Globo.

Pasado, presente y futuro

Comenzaron en esa época las investigaciones históricas sobre el género de ficción televisivo. Se destacan los estudios sobre los formatos dramáticos, de autoría de Lucrecia D'Alessio Ferrara y Flavio Luiz Porto y Silva, así como los inventarios de la memoria hechos por Ismael Fernandes y los análisis de la evolución del formato telenovélico, producido por el equipo liderado por Renato Ortiz.

A ese grupo pertenece mi libro de retorno a la temática de la telenovela, elaborado como una contribución al Proyecto de la UNESCO sobre los Flujos Mundiales de Ficción Televisiva, patrocinado por esa institución (1988).

Fue justamente durante la investigación para ese diagnóstico de la telenovela brasileña que me encontré frente a frente con la escasez documental del formato, dificultad también encontrada por los investigadores extranjeros que visitaban el país.

Impresionados con el boom internacional de las telenovelas latinoamericanas, publicaron libros sobre las telenovelas brasileñas el holandés Nico Vinck, quien focalizó su impacto en los cambios sociales ocurridos en el país; los franceses Armand y Michele Mattelart, que exploraron la riqueza cultural de nuestro "carnaval de imágenes"; el danés Thomas Tufte, quien emprendió una excitante investigación de recepción acerca de la fantasía burlesca creada por Silvio de Abreu, con los personajes y la trama, de la telenovela *"Reina de la Sucata"*.

Rescate de la memoria

Sensibilizado por esa carencia investigativa tomé la iniciativa de crear en la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo un Núcleo de Investigación de Telenovela -NPTN-, dirección que fue confiada a la profesora Anamaria Fadul.

El NPTN estuvo comprometido, en su primera fase, con la preservación de la memoria de la telenovela brasileña y al mismo tiempo con el fomento de la investigación sobre ese formato.

El NPTN realizó, con apoyo de la Fundación de Amparo a la Investigación del Estado de São Paulo -FAPESP-, el Proyecto "Ficción y Realidad: la telenovela en el Brasil" bajo el liderazgo de la profesora María Aparecida Baccega, quien sustituyó a Anamaria Fadul. Además de eso, mantiene el Centro de Memoria de la Ficción Televisada Seriado Ismael Fernández, colección donada por la familia de ese investigador precozmente fallecido.

Pero el incendio que destruyó parte del edificio principal de la Escuela de Comunicación y Artes en 2001 redujo a cenizas las colecciones de libros, revistas, videos, discos y otros materiales sobre la historia y trayectoria de la telenovela brasileña. Los actuales dirigentes del NPTN intentan incansablemente reconstruir la documentación dañada.

Impacto en los medios

Estábamos en proceso de implantación de ese Núcleo, cuando fui convidado por Emile McAnany y Joe Potter, de la Universidad de Texas, para colaborar en el Proyecto "Telenovela y Cambios socio-demográficos en el Brasil.

Mi capital cultural se aceleraba en las investigaciones del periodismo comparado al que vengo dedicándome desde que ingresé en la vida académica. Fueron extremadamente útiles las incursiones matizadas que realicé acerca del tratamiento dado por los medios impresos a temas puntuales como "universidad" y "ciencia".

Para estudiar el comportamiento de los periódicos y revistas en relación con las telenovelas, hice un estudio exploratorio en los medios impresos especializados en televisión: los suplementos dominicales de tres *prestigiosos periódicos* (*O Globo*, *Folha de S. Paulo* y *Estado de S. Paulo*) y dos revistas semanales dedicadas a la información y a los fanáticos de la cultura televisiva (*Amiga* y *Contigo*).





SIETE PECADOS.

Construí un cuadro de referencia analítica que fue ensayado con ayuda de mi alumna del doctorado, Ofelia Torres Morales, y generamos comunicaciones sometidas a congresos científicos nacionales e internacionales.

Los estudios obtenidos en la investigación empírica confirmaron algunas de las hipótesis inicialmente formuladas, negaron otras y abrieron nuevas perspectivas para el desenvolvimiento del análisis de esa naturaleza.

Quedó evidenciado que el medio impreso cumple un papel mediador fundamental en el proceso de interlocución entre los productores de telenovelas y el público receptor. Se trata de un desempeño que sobrepasa los engranajes mercadológicos, en el sentido de refuerzo mutuo entre industrias culturales actuantes en segmentos distintos del sistema mediático, para configurar una especie de triangulación socio-política entre medios, mercado y sociedad.

Atracción fatal

Las "fábricas de sueños" (núcleos de producción de telenovelas en el interior de las redes televisivas) no pueden prescindir de los periódicos y revistas que dan noticias y critican los productos culturales, justamente por el poder de "seducción" que tienen en los

consumidores (fieles, ocasionales o potenciales). Ellos actúan como correas de transmisión de las estrategias comerciales de la televisión, pero al mismo tiempo funcionan como catalizadores de las reacciones del público delante de los productos puestos en circulación.

En ese sentido, asumen de manera creciente, funciones de vigilancia pública y endosan o recusan situaciones, valores, conceptos y comportamientos, en sintonía con el juzgamiento colectivo. De esta manera, producen un continuo y aguzado *feed back*, e inducen a la corrección de rumores infundados en las tendencias comprensibles de los productos románticos.

El análisis diacrónico hecho sobre cuatro décadas de desarrollo de la televisión brasileña demostró claramente que, en entre las décadas del sesenta y setenta, la preocupación de los medios impresos con las telenovelas tenía carácter meramente episódico. Eso refleja también la coyuntura histórica, marcada por el nacimiento, vida y extinción del régimen militar. De la misma manera que las telenovelas eran censuradas, los periódicos y revistas también sufrían idéntico tratamiento. Y todos estaban nivelados por una tendencia al escapismo, al camuflaje, a la contención discursiva. Las dos últimas décadas, marcadas por robustecimiento

de la democracia, alivian a las telenovelas de la circunscripción al mundo estrictamente ficticio y las impelen a rescatar creativamente lo real, aproximándose a la vida cotidiana.

En la medida en que ellas se vuelven verosímiles amplían considerablemente la audiencia, y retan a los dramaturgos a escribir obras cuyas fronteras imaginarias se diluyen poco a poco. Por eso suscitan gran impacto en la sociedad, una vez que desde la eclosión del fenómeno, ya tenían en agenda los temas de las conversaciones diarias de los ciudadanos. Más que eso: crean hábitos, cambian rutinas, innovan las relaciones sociales. Y la prensa escrita, como formadora de la opinión pública, no podría continuar ignorando tales situaciones. Apenas se crean espacios editoriales y columnas dedicadas a las telenovelas, ellas se convierten en un filón explotado comercialmente por las empresas periodísticas

Si ya había en los años 70 revistas dedicadas al segmento de los aficionados por las telenovelas, a partir de los años 80 el hábito de consumir tales productos contamina toda la sociedad, y crea nuevos productos editoriales -los suplementos dominicales- destinados a todos los lectores de periódicos diarios.

Nuevo periodismo

Ese "nuevo periodismo", caracterizado por la confluencia entre realidad y ficción, asume un patrón singular. En parte, es el portador de las iniciativas anteriores de las informaciones segmentadas para los fanáticos del cine, de la radio y del disco, pero su fisonomía adquiere un perfil que combina el entretenimiento con el servicio público.

Se convierte en instrumento indispensable de consumidores de los productos de diversión, pero que desean hacer opciones avaladas críticamente. Desde el punto de vista profesional, representa un desafío para editores, reporteros y redactores. Ellos se enfrentan con la tarea de monitorear los sentidos de los usuarios de las telenovelas, para luego difundir informaciones objetivas sobre productos románticos y al mismo tiempo emiten juicios de valor sobre la naturaleza estética y su contenido ético.

¿Cómo se desarrolla ese tipo de periodismo, en el Brasil, antes y después de la transición

democrática, o mejor, durante el proceso de consolidación de la industria nacional de telenovelas en la democracia?

Desde el punto de vista de las estrategias informativas se desarrolla como un campo anclado en lo real que transita hacia lo imaginario, pero también va hacia el terreno del sincretismo. Al final de los años noventa, su perfil es de un periodismo firmemente comprometido con la realidad, aún cuando contenga ingredientes románticos, sin escamotear su esencia frente a los lectores.

Igual que en las revistas populares, la hegemonía del ficticio sobre el real no compromete la calidad de la información de actualidad y permite al lector moverse sin dificultad del terreno de la fantasía telenovelesca para el mundo concreto en que está anclada. Su foco descriptivo privilegia, desde el inicio, tanto a los actores (reales) cuanto los personajes (de ficción), y se genera, poco a poco, una tendencia perceptiva en dirección al escenario de la producción, con lo cual se explica el engranaje alimentador de los sueños e ilusiones, además de ampliarse para la descripción del contexto social que determina la saga de los héroes, de los villanos y de otros seres imaginarios.

*La telenovela brasileña
le debe mucho al periodismo
impreso, pues la información
especializada sobre este formato le
dio mayor cabida y comprensión
en la población*

Con todo esto, lo más importante es que la actitud narrativa evolucionó decisivamente de una postura "integrada", o sea, de total captación de los tentáculos de la industria cultural, para volverse "neutra", mejor dicho, equidistante, profesionalizada. Los periodistas de ese segmento poseen conciencia de que prestan un servicio a los lectores y no pueden defraudarlos al escamotear aspectos del universo telenovelesco. Hasta actúan en un

mercado competitivo, pautado por una constante vigilancia de los concurrentes, usuarios, fuentes y patrocinadores.

Solidaridad virtual

Los productos informativos que los medios difunden continuamente son protagonizados por los actores y por los autores. Esa tendencia se mantiene constante en las cuatro décadas. La única alteración visible es la incidencia creciente que los telespectadores asumen en el panorama. Es como si los usuarios de las telenovelas pretendiesen autoreconocerse en los relatos periodísticos sobre sus productos y actores preferidos.

Se podría decir, al contrario del pesimismo de David Riesman, que al prever "multitudes solitarias", tales segmentos del mercado consumidor de la cultura de masas buscan vivenciar formas de solidaridad colectiva, superando la "espiral del silencio" a que se refería Noelle-Neumann. Ellos no solo quieren hacer culto a sus ídolos, sino compartir con ellos los espacios mediáticos donde actúan de forma privilegiada. Tal vez eso configure el inicio de una democratización de lo que se ha dado por llamar el "olimpismo" moderno.

Tal movimiento se confirma como el cambio gradual del foco narrativo de ese periodismo especializado en telenovelas. La hegemonía de la acción telenovelesca, tan evidente en las primeras décadas, se debilita con la ascensión de otros elementos del proceso, tales como creación, recepción y efectos. Los lectores de esas publicaciones no quieren apenas anticiparse al desenvolvimiento de la trama de las novelas, pero desean saber más sobre las intenciones de los dramaturgos y las repercusiones que ellas provocan. Se trata de una actitud típica de quien pretende romper el aislamiento individual o familiar, buscando adhesiones colectivas o reforzando comportamientos aparentemente minoritarios, pero que en la verdad poseen gran cobertura.

Los cambios también se proyectan en las dimensiones sociales rescatadas por los periodistas del área. Ha sido constante, en la cobertura sobre las telenovelas, la primacía del "mundo del trabajo" y de la "vida cotidiana". Es como si los reporteros confirmasen el

agotamiento de la sensación de que ver telenovelas no conduce al escapismo, a la ociosidad. Al contrario, se valorizan las actividades productivas y se huye de situaciones inverosímiles, y así refuerzan la idea de que las telenovelas son diversión de los trabajadores, que alivian sus tensiones diarias al refugiarse en el mundo de la fantasía, pero al mismo tiempo los estimula a mantener los pies en la tierra para regresar a la jornada laboral del día siguiente.

Arte de masas

Con todo esto, la vida no es solamente trabajo, como parecía vigente en los años 60 y 70. Los relatos de las dos últimas décadas amplían la comprensión de la vida social, e incorporan otras dimensiones que están presentes en el cotidiano de los telespectadores: política, violencia, machismo, vejez, pobreza. La realidad se presenta más compleja y contradictoria.

En el plano de los valores éticos se verifica también una rotación de los años autoritarios para las décadas de reconstrucción democrática. Antes se tenía la impresión de que la vida retratada en las telenovelas era marcada exclusivamente por la positividad: trabajo y éxito eran valores inseparables. De la misma forma, el escenario en que gravitaban los personajes y los actores parecía "color de rosa", contaminado de amor, bondad y verdad. Los relatos de las últimas décadas continúan priorizando valores como el trabajo, el amor, la bondad, pero admiten también la existencia de fracasos, injusticias, corrupción, engaños.

Se puede concluir que la cobertura periodística sobre telenovelas legitimó socialmente ese formato de ficción audiovisual, elevándolo desde una subcultura hasta llegar a ubicarlo en la condición de arte de masas. Al mismo tiempo, creó vínculos indisolubles entre producción y recepción, actuando como mediador simbólico.

Con todo, permanecen indescifrables los mecanismos que los productores noticiosos utilizan para transformar la ficción en realidad, sin escamotear su esencia, sin perder la credibilidad profesional y sin renunciar a la identidad periodística, propia del medio y del formato en el que están insertos.

De la misma forma, están para exigir profundización de muchos aspectos relacionados con el tratamiento dado a los hechos objetivos y a los valores que ellos incorporan de forma indeleble e inevitable. 🌿

Texto original en portugués, traducido al castellano por Raquel Rosero, CIESPAL.

Referencias

Fadul, Anamaria. *Ficção Seriada na TV - As telenovelas latinoamericanas*. São Paulo, ECA-USP, 1992.

Ferrara, Lucrécia D'Alessio, org. *Da Literatura à TV*, São Paulo, IDART, 1981.

Fernandes, Ismael. *Memória da Telenovela Brasileira*. São Paulo, Proposta Editorial, 1982.

Fischer, Rosa Maria. *O mito na sala de jantar - discurso infanto-juvenil sobre a televisão*. Porto alegre, Movimento, 1984.

Leal, Ondina Fachel. *A Leitura social da novela das oito*. Petrópolis, Vozes, 1986.

Marques de Melo, José - Estudos de Jornalismo Comparado, São Paulo, Pioneira, 1972

A Opinião no Jornalismo Brasileiro. Petrópolis, Vozes, 1985.

As Telenovelas da Globo: produção e exportação. São Paulo, Summus, 1988.

Marques de Melo, José, org. *Gêneros Jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo, FTD, 1992.

"Telenovelas as Journalism Subject in Brazil: Reality or Fiction?", In: *IAMCR - Communication in the New Millenium* (Abstracts), Seoul, The Korean Society for Journalism and Communication Studies, 1994.

Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos. Petrópolis, Vozes, 1998.

Marques de Melo, José; Feliciano, Fátima e Morel, Marco. *A crise na universidade na grande imprensa brasileira*. Educação Brasileira 6:13 (1984): 63-86,

Brasília, Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras.

Marques de Melo, José e Torres Morales, Ofélia. *A legitimação da telenovela pela mídia impressa: estudo de caso de 4 jornais de prestígio e 2 revistas especializadas*. Aracaju, GT 12 - Ficção Audiovisual Seriada, INTERCOM, 1995.

Mattelart, Armand e Michele. *O Carnaval das Imagens. A Ficção na TV*. São Paulo, Brasiliense, 1989.

McCombs, M. and Shaw, D. L. *The Agenda-Setting Function of the Press*, Public Opinion Quarterly, 36: 176-187.

Meyer, Marlise. *Folhetim: Uma História*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

Morin, Edgar. *L'Esprit du Temps*. Paris, Editions Bernard Grasset, 1962.

Noelle-Neumann, Elizabeth. *The Spiral of Silence*. Chicago, University of Chicago Press, 1984.

Ortiz, Renato; Borelli, Silvia e Ortiz Ramos, José Mário. *Telenovela: história e produção*. São Paulo, Brasiliense, 1988.

Porto e Silva, Flávio Luiz. *O Teleteatro Paulista nas Décadas de 50 e 60*. São Paulo, IDART, 1981.

Ramos, Roberto. *Grã-Finos na Globo - cultura e merchandising nas novelas*. Petrópolis, Vozes, 1986.

Riesman, David. *The Lonely Crowd*. New Haven, Yale University Press, 1961.

Tarde, Gabriel. *A Opinião e as Massas*. São Paulo, Martins Fontes, 1992.

Tilburg, João Luis van. *Telenovela: instrumento de educação permanente*. Petrópolis, CID, 1980.

Tufte, Thoma. *Rainha da Sucata*. Doctoral Thesis, University of Copenhagen, 1995.

Vinnk, Nico. *The Telenovela and Emancipation - A study on TV and social Change in Brazil*. Amsterdam, Royal Tropical Institute, 1988.