

Representações Midiáticas da favela nas telenovelas: relações entre consumo e imaginários simbólicos¹

Virgínia Albuquerque PATROCÍNIO Alves²

ESPM-SP

Resumo

A consolidação da sociedade de consumo contribuiu para uma mudança na forma como os sujeitos lidam com as materialidades e os imaginários simbólicos, tornando-se o consumo a principal via de identificação. Porém, apesar da impressão de uma eventual igualdade de condições de acesso, uma elevada parcela da população é excluída do modelo socioeconômico em vigor. Nesse contexto, favela se estabelece como o espaço de pertencimento daqueles (colocados) à margem da lógica capitalista. Entretanto, nos anos mais recentes, as narrativas ficcionais têm sinalizado o reconhecimento desse público como potencialmente relevante nas relações de consumo da contemporaneidade, em especial em uma situação de possibilidades de emergência financeira. Tendo como base Zaluar, Alvito e Valladares, nesse artigo discutimos aspectos, do ponto de vista da história e da identidade, que contribuíram para a inserção da favela como espaço de convívio social e relações de consumo, tomando como lente midiática as telenovelas produzidas/exibidas pela Rede Globo.

Palavras-chave: comunicação e consumo; sociedade de consumo; indústria cultural; telenovela; favela.

Introdução

O caminho percorrido pela humanidade em direção ao modelo de organização social que hoje conhecemos e vivenciamos foi bastante tortuoso, caracterizado por conquistas e derrotas. Lutas, guerras, revoluções. Subidas, descidas, *loops*, em uma montanha russa denominada sociedade, para usar a metáfora esclarecedora de Sevcenko (2001).

Constituinte do modelo, é seguindo esta trajetória histórica que a sociedade do consumo se consolida, de acordo com a lógica e os preceitos do capitalismo, numa reestruturação do espaço urbano e dos processos de subjetivação dos indivíduos, de acordo com o que Ortiz compreende como sendo a consolidação de espaços desterritorializados e

¹ Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada no trabalho final da disciplina de História das Interfaces Comunicação e Consumo I, ministrada pelo Prof. Dr. Vander Casaqui, no curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, da ESPM-SP.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP, e-mail: vipatrocinio@yahoo.com.br.

impessoais, nos quais “o indivíduo se transforma em usuário, isto é, em alguém capaz de decodificar a inteligibilidade funcional da malha que o envolve (fazer compras, passear, tomar um avião, ir ao trabalho, etc.)” (1994, p. 106).

A estabilidade estamental da sociedade feudal cedeu lugar para os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade instituídos pela Revolução Francesa (1789), apresentando aos sujeitos a noção de que o sucesso depende deles mesmos, ao melhor estilo do *self-made-man*. (HOBSBAWN, 2010). Porém, a aparente euforia e congregação que a “emergente” sociedade do consumo nos induz a assumir esconde uma dinâmica de promoção de desigualdades e injustiças que perpetua discriminações, agora não mais pelo nascimento, mas pelo acesso diferenciado pelo poder econômico.

A ideia de meritocracia, ou seja, de que o alcance do sucesso e da realização se dá a partir do esforço pessoal, ao perseguir o binômio trabalho e consumo, altera a lógica social da aristocracia até então vigente. Diferentemente da hierarquia social pautada na monarquia e na aristocracia, realidade até meados do século XVIII, a ordem iniciada com a Revolução Industrial, e atravessada pela Revolução Francesa (1789), vai além, retirando dos pobres (antes os plebeus) sua noção de integrantes da malha social (antes súditos a serem cuidados pelos seus senhores), como bem elucida Hobsbawn:

a sociedade hierárquica era, assim, reconstruída sobre os princípios da igualdade formal. Mas havia perdido o que a fazia tolerável no passado, a convicção social geral de que os homens tinham deveres e direitos, de que a virtude não era simplesmente equivalente ao dinheiro, e de que as classes mais baixas, embora baixas, tinham direito a suas modestas vidas na condição social a que Deus os havia chamado. (2010, p. 317).

Avançando para fins do século XIX, na realidade brasileira, indivíduos antes sob o jugo de seus senhores, os escravos libertos, são varridos para as periferias, às margens da sociedade de consumo, constituída em alguns aspectos aos moldes de uma sociedade da opulência, originado assim as favelas, caracterizadas pela adversidade, escassez material e perigo, abrigando aqueles sem oportunidade de integração à nova ordem estabelecida. Além disso, tornando-se uma iminente ameaça ao modelo econômico-social estruturado das metrópoles, pautado pelas lógicas de produção e de consumo. Porém, controversamente, apresentando-se também apresenta como local de moradia da força de trabalho que sustenta esse modelo, na base operacional que mantém a engrenagem “a todo vapor”, tida quase como um mal necessário, ora simbolizando “o espectro noturno a assombrar a cidade, vampirizando a riqueza e aniquilando a paz e o sono dos justos, ora a alvorada romantizada, a promessa do amanhecer”. (SOARES, 2014, p. 9).

Nesse sentido, Meirelles e Athayde, ao embasar a relevância do morador das favelas brasileiras e confirmar sua rejeição social, reiteram que

se compusessem um estado, as favelas seriam o quinto mais populoso da federação, capaz de movimentar 63 bilhões de reais a cada ano. Ainda assim, o universo da favela parece invisível à grande mídia, aos intelectuais e à boa parte dos planejadores de negócios, que ignoram e desprezam seu poder transformador. (2014, p. 28).

Entretanto, decorrente da própria dinâmica do sistema, e das intersecções sociais necessárias, a favela se desenvolve também como palco de manifestações culturais e relações de sociabilidade específicas, caracterizada por uma complexidade e interesses próprios, acima de preconceitos e estereótipos. Uma condição que, em um contexto de avanços econômicos, atrai a atenção de estrategistas de mercado, ganhando destaque no discurso midiático a partir da ênfase de aspectos positivos associados às suas peculiaridades. Investe-se assim um percurso histórico de miséria e esquecimento, luta e resistência, com vistas à inserir na lógica do consumo globalizado, um contingente populacional que se torna fonte de interesse e investimentos por parte da iniciativa privada e dos meios de comunicação que o cercam em seu cotidiano. (MEIRELLES e ATHAYDE, 2014).

É diante deste panorama que lançamos nosso olhar para a telenovela, compreendida enquanto produto cultural que tem se consolidado como representante cultural e identitário da nossa sociedade, constituindo-se como “narrativa da nação”. (LOPES, 2009). E dessa nação faz parte as favelas que, mesmo cenograficamente frequentemente representadas nas tramas ficcionais, hoje isso acontece com maior ênfase nas relações sociais e de consumo, aparentemente numa tentativa de representar os anseios e expectativas de um público até agora mostrado caricaturalmente. Mesmo que de forma idealizada e de um ponto de vista hegemônico, estudo anterior³ nos leva a considerar que hoje o olhar (midiático) para estes grupamentos sociais é diferenciado, aparentemente motivado por um interesse de inserção comunal.

Uma Sociedade Constituída a Partir do Consumo

Antes de adentrarmos especificamente na problemática de interesse, é importante trazer um panorama, ainda que breve, acerca da formação da sociedade de consumo e da complexidade que a envolve, com vistas a refletir como se constituem as subjetividades

³ Ver levantamento feito em artigo apresentado no Comunicon 2015, disponível em http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT2/14_GT02-PATROCINIO.pdf acesso em: 13 de jan. 2016.

presentes hoje na malha social e o imaginário simbólico constituído a partir da lógica do consumo.

Segundo Hobsbawn (2010), as duas revoluções, industrial e francesa, foram fundamentais para a passagem de uma sociedade essencialmente rural para uma vida urbana bem estabelecida enquanto ordem social, política e econômica, fornecendo as bases conceituais e históricas para a contemporaneidade.

Porém, essas transformações vivenciadas pela Europa, a partir do avanço econômico da Inglaterra e das revoluções nos princípios políticos e ideológicos da França, não representaram mudanças apenas nessas ordens, mas também em todo o processo de subjetivação que envolve os indivíduos enquanto sujeitos sociais. A organização da vida cotidiana, a administração do tempo, a relação com o trabalho, com as materialidades, com os demais indivíduos à sua volta, enfim, tudo foi modificado seguindo essa nova ordem estabelecida, constituindo-se no que Benjamin (1990) entendeu como um *novo sensorium*⁴.

A alteração no padrão do comportamento das pessoas imposta pela preeminência das máquinas, das engenharias de fluxos e do compasso acelerado do conjunto, como seria inevitável, acaba também provocando uma mudança no quadro de valores da sociedade. Afinal, agora os indivíduos não serão mais avaliados pelas suas qualidades mais pessoais ou pelas diferenças que tornam única a sua personalidade. Não há tempo nem espaço para isso. (SEVCENKO, 2009, p.63).

É devido a este panorama histórico e conceitual que se estabelece a sociedade de consumo. Uma sociedade que preconiza uma liberdade na qual o mercado e as oportunidades estão acessíveis a todos, já que não há mais rígidas barreiras políticas e ideológicas para a mobilidade social. Uma falsa ideia de que as condições para o sucesso são dadas a todos igualmente, seguindo o princípio do triunfo do mérito. “Ainda assim, nem as condições materiais, sociais ou culturais eram propícias para os pobres” (HOBSBAWN, 2010, p. 311), sendo esta mais uma característica marcante dessa sociedade, que se apresenta a partir da ampliação das desigualdades e da enorme marginalização e esquecimento dos menos favorecidos, social e economicamente. “Se seu destino era o de se tornarem trabalhadores industriais, eles eram simplesmente massa que deveria ser modelada pela disciplina fabril suplementada com a ajuda do Estado”. (HOBSBAWN, 2010, p. 316).

Integrando esse processo de consolidação da sociedade de consumo, de acordo com exposto até aqui, os avanços tecnológicos também experimentados nesse período permitiram o desenvolvimento e consolidação dos meios de transporte e de comunicação. É

⁴ BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz C. Teoria da Cultura de Massa. 3ª ed.. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

nesse contexto que a indústria do entretenimento, ou indústria cultural, para citar Adorno e Horkheimer (1985), avança (por meio do cinema, da televisão e do rádio mais fortemente) num ímpeto por suprir esse contingente trabalhador de lazer e entretenimento, dentro da nova ordem da produção e do consumo, ao que Sevckenko (2001) define como uma complexa transformação da cultura, agora redefinida de maneira mais marcante por um processo de comercialização. Cultura e consumo vinculam-se, portanto, nesta nova ordem social constituída.

Tais transformações na relação com o trabalho, o lazer e a cultura alteram, assim, a maneira como as subjetividades se articulam, a maneira de olhar e perceber as coisas, numa “drástica reconfiguração das relações entre o sujeito que observa e os modos de representação”. (CRARY, 2012, p. 11).

Seguindo essa lógica comercial em que a indústria cultural se insere e compreendendo a telenovela como importante produto cultural na cena midiática brasileira na atualidade, é que podemos aqui refletir acerca da maneira com que ela tem assumido a periferia em seu discurso comunicativo, a partir da ambientação das favelas e da representação social dos indivíduos que dela fazem parte, considerando a maneira com que ela articula suas materialidades e subjetividades.

A Favela na Telenovela

A favela como espaço de (con)vivência social e práticas de consumo ganha destaque na cena midiática ficcional nos anos mais recentes. Isso atribuímos não apenas às motivações econômico-mercadológicas mas também como reflexo do que defende Martín-Barbero, ao tratar especificamente da televisão, a saber,

a necessidade de uma crítica *capaz de distinguir* entre a indispensável denúncia da cumplicidade da televisão com as manipulações do poder e dos mais sórdidos interesses mercantis – que sequestram as possibilidades democratizadoras da informação e as possibilidades de criatividade e do enriquecimento cultural, reforçando preconceitos racistas e machistas e nos contagiando com a banalidade e a mediocridade apresentada pela imensa maioria da programação – *e o lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias*, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades. (2004, p. 26).

Seguindo essa mesma linha de pensamento, Lopes (2009) atribui à telenovela a qualidade de “narrativa da nação” e Tondato a define como “veículo de tradução de questões sociais, públicas, além dos aspectos da vida privada” (2011, p.12). As duas conferem à telenovela um lugar de destaque na cotidianidade de sua principal audiência, sendo capaz de converter-se em veículo central da cultura e da identidade do país, afinal,

“envoltos numa realidade construída socialmente, buscamos simbolizar e produzir significados por meio de narrativas, imagens e representações”. (JAGUARIBE, 2007, p. 101).

Entendida como produto midiático significativo na formação cultural e identitária da sociedade, a ênfase e diversificação do tratamento dado ao espaço físico e agrupamento social da favela nas tramas novelísticas traz à tona um espaço urbano reconfigurado. Entre os aspectos de luta e resistência que marcaram a constituição histórica das favelas ao longo de um século (ZALUAR e ALVITO, 2006), fica evidente as marcas deixadas no imaginário coletivo brasileiro que as caracterizam como lugar de violência, escassez e miséria, a partir de um espaço inventado social, política e economicamente. (VALLADARES, 2005). Porém, gradativamente este lugar passa a ser reconhecido como parte constituinte da cena urbana e começa a ser visto como um lugar de convivência pacífica e harmoniosa, ainda que por conta de ações governamentais visando ao melhoramento da imagem da cidade, através da ênfase dos aspectos positivos das relações que nela se estabelecem e, principalmente, de sua relevância nas relações de consumo. (MEIRELLES e ATHAYDE, 2014).

Transformações que atingem as representações midiáticas, em especial na ficção seriada televisiva, embora também estrategicamente, aqui comentadas a partir de estudo realizado no Comunicon 2015, intitulado “Comunicação e Consumo: A Representação Da Favela Nas Telenovelas Brasileiras Como Um Novo Espaço De Práticas De Consumo” no qual foi apresentado um mapeamento quantitativo das telenovelas da Rede Globo que apresentaram a temática da favela em suas tramas no período de 1995 a 2015. Deste levantamento destacamos, como escolha metodológica para o presente artigo, seis produções, exibidas entre 2007 e 2015 pela Rede Globo, enumeradas no citado mapeamento, que marcaram, conforme os comentários desenvolvidos a seguir, o processo do reconhecimento mencionado, e conseqüente a inserção daqueles que lá vivem como cidadãos da sociedade de consumo, além da identificação da favela como espaço legítimo na cena urbana contemporânea⁵. As reflexões presentes em ambos os artigos são parte de uma pesquisa empírica mais ampla que tem como propósito a elaboração de uma dissertação de mestrado que se encontra em andamento.

⁵ Cientes de que outros títulos podem ser incluídos nesse perfil, aqui trazemos aquelas consideradas mais ilustrativas da argumentação em curso. Assinalamos ainda que, as descrições das tramas e dos personagens utilizados para caracterização e análise têm como fonte o conteúdo disponibilizado no Portal da Rede Globo, na página <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas.htm> vista em 15 de jan. 2016.

O recorte temporal metodologicamente proposto se dá devido aos resultados apontados no artigo anterior, que demonstram uma perceptível mudança na abordagem da temática das favelas a partir de 2007, explorando de maneira mais expressiva os perfis sociais e a ambientação através de características próprias de uma favela presente no imaginário social do país.

A primeira delas foi *Duas Caras* (Agnaldo Silva, 2007), considerada um marco por apresentar de forma pioneira a favela em sua trama principal com destaque cenográfico e dramaturgicamente, inaugurando um novo olhar para a periferia. A começar pela abertura que trazia a maquete de uma favela construída com sucata e materiais reciclados, a trama lançou um olhar mais romantizado para a periferia e os dramas cotidianos de seus moradores. A favela Portelinha (nome fictício) era um lugar de pessoas honestas, trabalhadoras, que lutam por uma vida melhor, generalizando características do perfil identitário daqueles que na favela vivem, desconstruindo por assim dizer o estereótipo de “lugar de bandido e vagabundo”, habitualmente atribuído pelo senso comum. (MEIRELLES e ATHAYDE, 2014).

Dois anos mais tarde, em *Viver a Vida* (Manoel Carlos, 2009), a favela carioca é palco para o relacionamento amoroso (em uma trama paralela) entre Sandrinha (Aparecida Petrowki), de família rica, e Benê (Marcello Melo Jr.), bandido da favela. Do ponto de vista do romance entre dois jovens, são trazidos para a narrativa aspectos estigmatizados do cotidiano vivido na favela, relacionados à violência e criminalidade, ao mesmo tempo conferindo realismo à trama, mas também mostrando as dificuldades envolvidas nas interações sociais/emocionais que ocorrem naquele espaço.

Em 2012, três telenovelas problematizaram a favela em diferentes contextos e abordagens: *Salve Jorge* (Glória Perez, 2012), *Avenida Brasil* (João Emanuel Carneiro, 2012) e *Lado a Lado* (Cláudia Lage e João Ximenes Braga, 2012). Em *Salve Jorge*, o Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, compôs o cenário para a trama principal que envolvia Morena (Nanda Costa), moradora da favela, e Theo (Rodrigo Lombardi), um oficial da cavalaria do Exército que participou da ocupação da comunidade pelas forças de segurança pública do Estado com a finalidade de reprimir o domínio dos traficantes no local (conferindo veracidade à trama ficcional)⁶. A narrativa enfocava a possível tranquilidade da vida na favela após a pacificação e trazia diversos núcleos sociais nas tramas paralelas,

⁶ A implantação das Unidades de Polícia Pacificadora – UPPs – em favelas do Rio de Janeiro, iniciadas em 2008, tinha “o objetivo de retomar o controle armado desses territórios e ‘civilizar’ seus moradores como condição para a integração desses territórios à cidade”. (LEITE, 2012, p. 374).

caracterizando o ambiente enquanto local de estabelecimento de complexas redes de interação social, agregando uma diversidade de perfis. A trama destacava diferenciações referentes às práticas de consumo, de apresentação visual (modos de se vestir e se comportar), de expressões verbais, de modos de educar, como reflexos das identidades sociais daqueles que vivem naquele espaço, representando as diversidades que caracterizam as coletividades.

Avenida Brasil lança um outro olhar sobre a vida na periferia. O cenário principal é o bairro fictício do Divino, localizado no subúrbio carioca. A novela enfatiza o orgulho em fazer parte da periferia, ratificando a manutenção de uma relação afetiva com as origens, com o local de nascimento e de moradia. Nessa perspectiva, o protagonista Tufão (Murilo Benício), mesmo depois de conquistar fama e dinheiro como jogador de futebol profissional, lá construiu sua mansão, mantendo os laços sociais e afetivos com vizinhos e familiares.

Em *Lado a Lado*, o recorte narrativo dado à periferia deu-se a partir de uma perspectiva histórica. A trama se desenvolve no início do século XX, período em que o Brasil passou por mudanças significativas a partir dos avanços tecnológicos e direcionamentos políticos em nome da modernização e do sentimento de nacionalidade. O olhar lançado à periferia enfoca o momento em que são constituídas as favelas no Rio de Janeiro, logo após o fim da escravidão e a derrubada dos cortiços em áreas centrais da cidade para dar lugar às avenidas, primeiro marco característico dessa modernização. Sem ter para onde ir, os moradores dos cortiços ocupam o Morro da Providência, considerado o local da formação da primeira favela da cidade. Tal narrativa, portanto, recria a favela como local de socialização presente nas grandes cidades, demarcando seu lugar na história e no imaginário coletivo do país.

Mais recentemente, a novela *I Love Paraisópolis* (Alcides Nogueira e Mario Teixeira, 2015) trouxe uma proposta inovadora para o horário das 19 horas ao representar a favela sob uma perspectiva realista, tanto estética quanto discursivamente falando, porém, ressaltando os aspectos positivos e idealizados desse contexto social e suavizando suas adversidades, mais próxima, portanto, dos anseios e aspirações da audiência do horário. A cenografia foi montada numa área de dez mil metros quadrados no Projac (cidade cenográfica da Rede Globo, localizada no Rio de Janeiro), amplamente inspirada na favela que dá nome à trama, Paraisópolis, localizada no bairro do Morumbi, na Zona Sul de São Paulo.

Os ambientes das residências e espaços como o bar, a confeitaria, a oficina de desmanche de veículos, entre outros, abrigam as narrativas apresentadas e dão o tom de cotidianidade dos personagens. Nesses locais, os perfis sociais se destacam por aspectos como o modo de se vestir, de se comportar, de falar, de consumir, enfim, aspectos que reforçam os elementos de singularidades dos moradores de favelas, porém de maneira suave, inserida e entrelaçada no espaço urbano e nas suas relações interpessoais. Cabe destacar o fato de que os protagonistas que figuram um conflituoso relacionamento amoroso fazem parte de contextos sociais opostos: Mari (Bruna Marquezine) é moradora da favela e Benjamin (Maurício Destri) do Morumbi⁷, representando o contraste das realidades vivenciadas nas comunidades vizinhas, porém distanciadas pela desigualdade econômica, social e cultural.

Com estes exemplos, notamos a inclusão da favela na narrativa ficcional das telenovelas brasileiras, aqui representadas pelas tramas da Rede Globo, com o intuito de representar socialmente a mesma como lugar em que conflitos sociais, culturais e econômicos se dão a partir de singularidades e subjetividades que lhes são próprias.

Considerações Finais

Observando brevemente as narrativas aqui descritas, nos limites deste artigo, como parte de um estudo mais amplo que se encontra em andamento, objetivamos identificar os aspectos que contribuíram para a percepção da favela como ambiente de socialização não mais distanciada da sociedade de consumo, mas parte dela. Nesse sentido, podemos perceber a dinâmica proposta pela ficção televisiva na formação do imaginário social, no reflexo das transformações históricas e sociais de uma nação (LOPES, 2009) e em seu compromisso com uma maior proximidade entre a narrativa e sua audiência.

Comprendemos a dialética estabelecida entre o real vivenciado e o real idealizado nas narrativas ficcionais televisivas conforme a afirmativa de Morin de que

é preciso haver condições de verossimilhança e de veracidade que assegurem a comunicação com a realidade vivida, que as personagens participem por algum lado da humanidade quotidiana, mas é preciso também que o imaginário se eleve alguns degraus acima da vida quotidiana, que as personagens vivam com mais intensidade, mais amor, mais riqueza afetiva do que o comum dos mortais. É preciso também, que as situações imaginárias correspondam a interesses profundos, que os problemas tratados digam respeito intimamente a necessidades e

⁷ O Morumbi é um bairro nobre da capital paulista, localizado na Zona Sul da cidade, e faz divisa com a favela de Paraisópolis.

aspirações dos leitores ou espectadores; é preciso, enfim, que os heróis sejam dotados de qualidades eminentemente simpáticas (2011, p. 75)

Encontramos nas palavras de Morin a lucidez conceitual para compreendermos mais nitidamente os aspectos de verossimilhança necessários nas narrativas ficcionais televisivas para que se vinculem a uma realidade vivenciada pela audiência, entendendo, assim, a ênfase na representação da favela em suas tramas como reflexo de um processo histórico de inclusão da mesma nas relações sociais e de consumo que se estabelecem na cotidianidade da vida urbana. A elevação do imaginário “alguns degraus acima da vida cotidiana” nos permite perceber que a representação da favela de forma idealizada nas tramas aqui descritas é parte do fazer narrativo ficcional, da intensificação desta realidade vivenciada, dando um tom mais atrativo à audiência.

A favela que vemos hoje representada nas telenovelas da Rede Globo constitui parte desse processo de inclusão de seus moradores nas relações sociais e de consumo, sendo de “interesse profundo” e relevante na atualidade, tornando-se, assim, parte das conquistas alcançadas pelos mesmos mediante as lutas e resistências travadas nos desdobramentos de sua história. Diante do panorama conceitual aqui delineado, ampliamos nossa reflexão teórica em torno dessa questão, contribuindo para uma análise posterior mais ampla em torno da representação social da favela nas telenovelas brasileiras, a ser confirmada (ou contraposta) através de pesquisa de recepção.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido se desmancha no ar**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

HOBBSAWN, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1848**. 25ª ed.. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real: estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

LEITE, Márcia Pereira. Da “metáfora da guerra” ao projeto de “pacificação”: favelas e políticas públicas de segurança pública no Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Segurança Pública**. São Paulo, V. 6, n. 2, p. 374-389, ago/set 2012.

LOPES, Maria Immacolata V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Revista Matrizes**, ano 3, n. 1, p.21-47, São Paulo, ago/dez, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2004.

MEIRELLES, Renato e ATHAYDE, Celso. **Um país chamado favela**: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira. São Paulo: Gente, 2014.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Vol. 1: Neurose. 10ª ed.. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PATROCINIO, Virgínia. Comunicação e Consumo: a representação da favela nas telenovelas brasileiras como um novo espaço de práticas de consumo. In: COMUNICON, 5, 2015, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: PPGCom-ESPM, 2015. Disponível em < http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT2/14_GT02-PATROCINIO.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2016.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**: no loop da montanha russa. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

SIMMEL, Georg. **As grandes cidades e a vida do espírito (1903)**. Rio de Janeiro: Mana v. 11, n. 2, 2005.

SOARES, Luiz Eduardo. Prefácio. In: MEIRELLES, Renato e ATHAYDE, Celso. **Um país chamado favela**: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira. São Paulo: Gente, 2014.

TONDATO, Marcia P. Consumo comunicado: pensando a "nova" classe média brasileira no contexto da formação e inserção cidadã - outros discursos. In: ROCHA, Rose de Melo e OROFINO, Maria isabel R. (Orgs.). **Comunicação, consumo e ação reflexiva**: caminhos para a educação do futuro. Porto Alegre: Sulina, 2014, pp.103-128.

VALLADARES, Licia do Prado. **A invenção da favela**: do mito de origem a favela.com. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

ZALUAR, Alba e ALVITO, Marcos (Orgs.). **Um século de favela**. 5^a ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.