

Imaginário sobre o nordestino: uma (re)construção do sujeito pela televisão¹

Amanda de Cássia SILVA²

Letícia Silva SANTOS³

Lucas Emanuel Santos FARIAS⁴

Luís Augusto de Carvalho MENDES⁵

Patrícia Monteiro Cruz MENDES⁶

Faculdade Maurício de Nassau, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente trabalho buscou problematizar a ideia de Nordeste veiculada pela mídia. Um olhar sobre a imagem do nordestino elaborada pela abstração dos produtores de conteúdo preenche categorias denominadas: imaginário, imaginação, imagem. A linguagem e os artifícios apelativos do material de análise, duas reportagens especiais do programa Domingo Show, apresentado por Geraldo Luís, corroboram os estereótipos sobre o nordestino e acarretam na limitação do horizonte reflexivo dos consumidores de imagens sobre esses indivíduos. Foi possível verificar, no *corpus* analisado, os padrões da construção do imaginário em que, para se adaptar às características televisivas, os personagens precisam passar por um processo de recriação de suas identidades. O primeiro ponto refere-se ao imaginário estereotipado que reforça padrões que precisam ser modificados; num segundo momento, ativa-se a imaginação em busca de um processo de transformação estética dessas identidades, e, finalmente, se apresenta uma imagem reconstruída e pronta para ser consumida midiaticamente.

PALAVRAS-CHAVE: nordestino, imaginário, estereótipo, televisão.

1 INTRODUÇÃO

Apesar do avanço intelectual, do progresso das ideias, do desenvolvimento dos meios e o aprimoramento dos formatos de comunicação, as conveniências de alguns estereótipos permanecem indissolúveis na mídia. A noção de nordestino descrito e ambientado nos clássicos da literatura nacional resiste ao tempo e se mostra em

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais – Jornalismo do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau – JP, email: amandasilva.jor@gmail.com

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau – JP, email: leticiasilva.jor@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau – JP, email: lucasesfarias@live.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau – JP, email: luisaugustomendes@gmail.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau – JP, email: patriciamonteiro Mendes@gmail.com

qualquer meio. A visão tradicionalista ganhou espaço nas produções audiovisuais, criando uma ilusão de realidade.

O regionalismo significado pela agonia do corpo desprovido de amparo serve de mote e compõe a narrativa dos mais variados tipos de programas exibidos na TV, maior e mais influente meio de comunicação do país. A aceitação e alcance do veículo evidenciam o papel formador sobre a sociedade. É desse aparelho, inserido no cotidiano, que sai a maior parte do conteúdo informacional.

Sabendo-se da capacidade construtiva da informação, resolveu-se analisar o programa de televisão do gênero entretenimento Domingo Show, transmitido aos domingos pela Rede Record, em canal aberto, e apresentado por Geraldo Luís. O programa é feito de quadros que retratam histórias de personagens reais, a fim de ajudá-los com o apoio de patrocinadores. Como a maioria dos casos surgem do Nordeste, a proposta é analisar a construção de uma realidade, a partir dos estereótipos e mitos criados sobre o nordestino, que perdura gerações. É recorrente o exagero da TV ao propagar uma realidade estereotipada, principalmente nos programas de entretenimento.

2 A TELEVISÃO COMO CONSTRUTORA DE REALIDADES

A televisão é o meio de maior influência no Brasil devido a quantidade de aparelhos e a penetração em todo o território nacional. Além de atrelar imagem e som ao texto e, através disso, criar narrativas que atraem o telespectador para uma realidade que ele está ou não inserido. A TV também é um veículo de comunicação que atrai várias classes sociais e, para Vizeu (2008), funciona como um lugar de referência, pois atua como construtora de realidades.

Mas é preciso analisar como essa realidade está sendo transmitida ao telespectador, pois alguns conteúdos jornalísticos, informativos ou de entretenimento, estão preocupados com a audiência e acabam fazendo sensacionalismo nas matérias.

A espetacularização é um ingrediente presente inclusive na grade de jornalismo de muitas emissoras, as quais, mesmo que de forma sutil, apresentam programas que apresentam características semelhante à de grandes shows como forma de chamar a atenção do público (TONDO; NEGRINI, 2009, p.1)

A partir do que abordam Tondo e Negrini, quando se fala em reportagens ou apresentações sensacionalistas, os nordestinos acabam sendo vítimas de estereótipos vinculados à região. O maior destaque dado pela mídia é a pobreza, fragilidade e a falta de conhecimento. Entretanto, não se pode falar em televisão como construtora da

realidade sem fazer um contraponto em como ela monta uma imagem sobre algo ou alguém apenas com o discurso.

Isso porque o processo de construção da identidade existe na busca constante de vínculos e, através da linguagem, laços são criados por meio dela; são adquiridos sentidos, oferecidos valores para a formação das identidades dos sujeitos que – também pela partilha da linguagem – se sentem pertencentes a uma sociedade (MARTINS, 2009, p. 2)

Com isso, entende-se que este processo de criação de identidades pela televisão é possível mediante um recorte da realidade em que aquela situação está inclusa e de como a televisão vai se apropriar de suas ferramentas (linguagens, narrativa e imagens) para (in)formar o telespectador.

2.1 A televisão e o reforço dos estereótipos

Marroni e Oliveira (2008) caracterizam o estereótipo como uma visão única, que não permite ao indivíduo a exposição de sua própria identidade para dar lugar a um ser sem particularidades. A televisão criou um padrão de imagem e cultura, principalmente quando se trata do nordestino, que aparece totalmente transformado pelo conceito do imaginário acerca dessas pessoas.

Mendes (2016) defende que esse imaginário muitas vezes é resgatado de forma pejorativa, ou mesmo grotesca, para que se possa instalar um processo de transformação, em que o sujeito midiático precisa ser reconstruído, expurgado de seus estereótipos e incluído no padrão de imagem buscado pela televisão, dando origem a uma nova imagem pronta para ser consumida. Afinal, televisão também é consumo, e a mídia trata esta parcela da sociedade como se não estivesse esteticamente pronta para ser vista.

O reforço dos padrões chega a ser apelativo e por diversas vezes tenta criar uma falsa identidade ou um novo alguém que seja aceitável para o consumo da sociedade. Na grande maioria, as TV's abertas tendem a fazer matérias que limitam as identidades regionalizadas de pessoas ou grupo, tal qual, as que foram analisadas neste estudo.

Este tipo de agressão à identidade é reforçado em várias instâncias midiáticas, bastando uma pesquisa rápida no Google para se encontrar vários vídeos e matérias que mostram comunicadores proferindo piadas e frases preconceituosas contra nordestinos. Mas não é só isso, algumas reportagens e programas também apresentam aspectos desta mesma situação que introduz estereótipos que levam a preconceitos contra nordestinos. O que também se torna estranho, já que a atuação no jornalismo e na TV está baseada

no Código de Ética do Jornalismo (FENAJ, 2014), por exemplo, que afirma que a opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

Portanto, não cabe a nenhum veículo de comunicação e à pessoa pública (e a sociedade como um todo) agir de modo preconceituoso. Entende-se que, devido ao seu papel social, o jornalista precisa dar uma visão mais humanizada às suas matérias e não utilizar deste recurso para reforçar estereótipos de qualquer forma, ele deve, sobretudo, respeitar as diferenças que constituem cada pessoa. Sobre humanização, Mazini André (2008, p. 9) diz que cabe ao profissional saber construir este tipo de narrativa, a qual aproxima o telespectador da história e não é função do profissional produzir inverdades ou apresentar situação com ângulos únicos.

No caso dos nordestinos exibidos no programa Domingo Show, apresentado por Geraldo Luis, na TV Record, é mostrada uma situação pouco diferente das demais que têm o mesmo segmento. A escolha da fonte é basicamente por: a) ter vários filhos, netos e bisnetos, b) um parente desaparecido há anos, c) nunca viu o mar ou andou de avião, e outros estereótipos que reforçam o imaginário do indivíduo pobre, residente de uma região remota e limitado. Entretanto, além do preconceito, o estereótipo também aparece de forma sutil, nas piadas com o sotaque, roupas e com as peculiaridades da variação linguística.

Apesar de se apresentar como um programa de entretenimento, o uso de estratégias jornalísticas procura atribuir ao programa um pouco de imparcialidade e objetividade. Assim, em formato de grandes reportagens, com quase uma hora de duração, é perceptível a repetição da mesma cena ou fala, o que reforça o imaginário acerca dos sujeitos.

A maior surpresa ou o ápice do programa é conhecer Geraldo Luiz, que aparece na casa do personagem, no contexto de provedor dos sonhos trazendo à existência anseios e cumprindo desejos, um estímulo à imaginação dos telespectadores. A reportagem é iniciada no contexto do personagem. Depois, ele é levado para São Paulo, voa de avião, tem um “banho de loja”, e tratamento no visual, até chegar repaginado no palco do programa: pronto para ganhar aplausos e brindes que o ajudem a seguir a vida. Assim, chega-se a um novo padrão estético, com uma imagem que pode ser consumida por meio da TV.

A partir dessa contextualização teórica, o presente projeto buscou analisar duas reportagens especiais que apresentaram personagens nordestinas no programa Domingo

Show, por meio da proposta de análise baseada no estudo do imaginário, construído por Mendes (2016), como descrito a seguir.

3 MÉTODO

A análise do material selecionado segue um método pré-estabelecido, categorizado em imaginário, que se constitui do repertório das formas e condições do sujeito problematizado; imaginação, que é o processo de interferência no estereótipo, adaptando-o numa representação compatível com padrões aceitáveis; e imagem, o indivíduo reconstruído pelos modos e modelos criados e estabelecidos pela mídia (MENDES, 2016).

Nessa estrutura, organizou-se as proposições de (re)construção regionalista no discurso sobre o povo nordestino. Segundo mostra o programa analisado, a imagem construída sobre o nordestino precisa adotar o modelo de vida das regiões mais desenvolvidas e que concentram a maior parte da riqueza do país, inclusive sediando as sedes das emissoras de TV. Estas, por sua vez, tornam-se elaboradoras de um padrão visual adequado para o formato.

O manejo imagético varia de acordo com a intenção do que se pretende fazer notar. As definições de finalidade seguem um planejamento televisivo específico, considerando os níveis apelativos inseridos no material. Joly (1994) afirma que a imagem, a televisão e a publicidade fomentam um certo número de confusões prejudiciais à própria imagem, à sua utilização e à sua compreensão. Sendo assim, a realidade passa por uma reformulação de caráter industrial para o consumo.

Os objetos de análise foram dois episódios do programa Domingo Show. Nos vídeos analisados, as duas personagens, uma do sertão do Piauí, outra do sertão do Ceará, têm a vida “transformada” pelo benfeitor da televisão. Isso reforça, ainda mais, a opinião de onipotência do veículo e intensifica o encantamento pela mídia, como instrumento de mudança de realidades.

Mendes (2016) afirma que as formas têm o sentido de aparências e elas direcionam um método de conhecimento eficaz para se compreender as diversas modulações desse ambiente pós-moderno, onde há uma saturação da imagem. Na proposta de análise postulada pela autora, os objetos são estudados a partir de três momentos específicos, como descrito na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 - Categorias do modelo teórico-metodológico

Categoria	A que se destina
Imaginário	Parte da situação inicial de uma imagem estereotipada, considerando a associação do nordestino com a pobreza, a falta de cultura, dificuldades de acesso às condições básicas de vida.
Imaginação	Aciona a reprogramação dos sujeitos partindo de uma imaginação de oferta de condições básicas, estética e cultura para ser apresentado ao público televisivo.
Imagem (prêt-à-porter)	Conquista-se uma imagem adaptada a uma estética padronizada e não estereotipada. Condições básicas para serem considerados objetos de consumo midiático.

Fonte: Adaptado de Mendes (2016).

Como na maior parte das histórias protagonizadas por nordestinos, a iconicidade sertaneja é representada pela aridez, a pele castigada pelo sol, a condição permanente de privação e a falta de acesso às grandes áreas urbanas. Elementos que ilustram a justificativa dos mais distantes telespectadores a respeito da tradicional compreensão de Nordeste sofrido, amplamente disseminada pela televisão. O imaginário imita os estímulos recebidos e pulula a imaginação a partir de imagens editadas e em (re)cortes.

4 RESULTADOS

As categorias aplicadas à análise (imaginário, imaginação e imagem) são ilustradas por legendas e imagens, extraídas de edições de dois programas, que evidenciam o discurso subjetivado e estereotipado das narrativas sobre o nordestino. O estilo engessa a compreensão a respeito das personagens retratadas, reputando às conterrâneas uma condição semelhante ao apelo e estética do nordestino inculto.

4.1 Dona Felicidade – O imaginário da luta pela vida

A reportagem feita com Lindalva, nominada pelo programa como "Dona Felicidade", é iniciada com um vídeo, ressaltando, justamente, o que o título da matéria já diz. Os trechos e cortes selecionados mostram uma mulher pobre, com chinelo remendado por um prego e que mesmo assim continua alegre. Durante todo tempo é reforçada a pobreza extrema, a falta de saneamento básico em casa e a busca por um chinelo, que, até então, foi destacado como o maior sonho da personagem.

“Depois de conhecer essa mulher você vai se tornar mais corajoso e cheio de garra como ela é”, diz o apresentador sobre a personagem. As falas de Geraldo Luiz são abordagens com senso de veracidade e justiça, mas construídas sob forte apelo emocional.

Figura 3. A ênfase da sandália



Fonte: YouTube (2017)

Esses elementos, em conjunto, reforçam o imaginário sobre o povo nordestino, trazendo imagens selecionadas que apresentam estereótipos ligados à exclusão, ao sofrimento de um povo que precisa ser ajudado e transformado, como pode ser visto a seguir.

4.2.1 Uma imaginação acerca da felicidade

O modelo apelativo continua explícito quando entra o reforço da imaginação dos telespectadores, que idealizam e padronizam a estética social, da linguagem e da aparência. Para se tornar aceitável, é necessário o "resgate" da personagem feito por Geraldo Luiz, apresentador e repórter das matérias especiais. Ele ainda reforça o estereótipo, quando diz: “Contando a história dessa guerreira, que agora vai tá com cabelo novo, dente novo e mais algumas coisas novas”. Ou seja, para a aceitação midiática, é necessário estar nos padrões e criar para o público alguém que seja ‘consumível’.

A viagem para São Paulo é como um choque de civilização. "E a senhora? Achou diferente ou parece com a cidade que a senhora mora?", pergunta a repórter, que recepcionou Lindalva em terras paulistanas. Mesmo com todo esse imaginário em torno dela, Dona Lindava ainda traz características de suas raízes e mostra algum conhecimento acerca de São Paulo: “felicidade é lá onde eu moro, que não corro risco de nada. Aqui é meio perigoso.”

Antes da transformação estética, é feito um passeio pela cidade grande, dando algumas informações sobre cultura, como se o nordestino fosse um ser desprovido de conhecimento de vida e de mundo. O banho de loja retrata a desconstrução da

identidade real para uma outra, além de mostrar o consumismo na escolha de várias peças, do que combina ou não; limitando o poder de decisão e gosto pessoal. Contudo, o resultado final é uma mulher com prótese dentária, óculos de grau, roupas, acessórios, cabelo, maquiagem e postura diferente do início da matéria, como nos mostra a imagem.

Figura 4. Dona Lindalva nas compras em São Paulo.



Fonte: YouTube (2017)

4.2.2 A Imagem da felicidade midiática

O processo de conformação da imagem sofre influência de diversos fatores até que possa, de fato, adquirir uma aparência pública, ou seja, consumível. O sujeito é requalificado para o meio, para atender à plástica estética vigente e mais proporcional à virtualidade que se insere.

Semelhantemente, dona Lindalva, a dona Felicidade, epíteto que lhe coube, usufruiu dos mesmos benefícios estéticos, habitual da linguagem do programa. Como mostra a ilustração, ela passa a compor um novo quadro. Elegante e refinada, espelha os traços característicos do arquétipo midiático. Tem afeição menos regionalista. Foi tornada conciliável com a imagem televisiva.

Uma correção de modos anuncia uma nova etapa de vida. A reboque de toda transformação, chegam casa nova, sandálias, roupas e tantos outros itens. Ganhos que compensam toda penúria e parecem suprir, temporariamente, todas as carências. Sendo assim, a personagem passa a ocupar um lugar criado para os que deixaram a grosseria do primeiro contato pela abundância e provisão promovida pelo redentor que aparece na televisão. Vemos uma ênfase na ideia de Nordeste como uma máquina imagético-discursiva instituída pela reputação do sujeito enquanto pedinte, do suplicante a Deus, ao Estado, ao Sul e aos patrões, no dizer de Albuquerque Júnior (2011).

Figura 5. Lindalva no palco do programa



Fonte: YouTube (2017)

4.2 A Vovó Sanfoneira – um imaginário sobre o Nordeste

Dona Sebastiana, piauiense, mãe de sete filhos, trabalha na roça, na produção de castanha de caju. Além disso, é tocadora de sanfona e, dos *shows* que faz com o grupo musical, complementa a renda para o sustento da casa. O lugar onde residem os personagens conserva a característica do longínquo e inalcançável. O acesso é difícil e a locomoção limitada. É um Nordeste estrategicamente reordenado para dar aspecto harmônico ao quadro; à ideia desejada sobre a região que precisa ser salva pela mídia.

Figura 1. A multifacetação do sujeito, nordestino bravo e de esforços múltiplos



Fonte: YouTube (2017)

A valorização de características presentes nas legendas das imagens marca o discurso apelativo e, algumas vezes, até chistoso das reportagens. “Você vai conhecer a sanfoneira mais alegre do Brasil”, convida o apresentador, condicionando o imaginário dos telespectadores, ao se referir à dona Sebastiana.

Figura 2. Apresentador faz a chamada da reportagem



Fonte: YouTube (2017)

Essas marcas discursivas levam a conjecturas sobre o sujeito retratado. A recorrência de elementos de ênfase estereotipada, como: a extenuação física na luta pela sobrevivência, a privação de assistência e a escassez imposta pela ação do tempo/clima nutrem as ideias fixadas sobre o povo nordestino, corroborando uma suposição irrevogável da realidade.

Sobre a vovó sanfoneira, os padrões apelativos dão um realce sobre a disposição sexual da personagem, quando ela é reputada como “namoradeira”, introduz a quantidade de filhos, uma prole numerosa, sete filhos no total. Característica de uma família tradicionalmente sertaneja.

4.2.1 Imaginação acerca da vovó sanfoneira

O talento é colocado em questão ao perguntar o que o público e os artistas Bruno e Marrone, dos quais ela é fã, acham de sua apresentação no programa. Além disso, constata-se a construção estética da imaginação que padroniza a beleza: “chegou bonita, já foi dar um trato no *visu*”, comenta a repórter que a levou para São Paulo.

A vovó Sanfoneira é mostrada de forma modernizada, tanto que o processo de transformação de roupa, maquiagem e cabelo ocorre nos bastidores. Mesmo trabalhando na roça e tendo sete filhos, por estar no meio musical, ficou mais fácil para o programa (re)apresentá-la, já que a aparência não era regionalmente predominante e as características eram mais similares a de pessoas "comuns".

Figura 3. Adaptação estética



Fonte: YouTube (2017)

Nos dois casos analisados, a imaginação foi ativada a partir de estratégias para a criação de novas estéticas e identidades, menos estereotipadas e mais adequadas aos padrões televisuais. Agora, após todo o processo de reformulação, apresentam-se imagens prontas para serem apresentadas, presenteadas e consumidas.

4.2.2 A Imagem de Sebastiana

O ídolo desempenha uma função importante; é, dentre tantas coisas, o referencial de vida próspera. A menção a um ente famoso que surpreenderá com sua presença inesperada é uma constante no enredo. Dona Sebastiana, fã de Bruno e Marrone, precisou compatibilizar o estilo, transformar a aparência e, por fim, estava apta a conhecer os cantores.

A etiqueta da imagem exige padrões predefinidos e cada vez mais rígidos e popularizados. Não é admissível manter os traços da originalidade, optar pelo pessoal; ainda mais se o retrato remete ao sujeito sofrido e derreado pelo esforço braçal. Há um direcionamento normatizado para o estilo, para o figurino, para a imagem. Deve haver uma semelhança entre os protagonistas, pelo menos aparente, ou seja, imagética. Há um nível aceito de subjetividade.

A imagética regionalista, tipicamente nordestina, cabe às narrativas de luta, de lugar seco e escasso. Tais narrativas são compatíveis com os contos literários e utilizadas para fins de comoção, mas não harmônicas com a proposta arranjada pela TV para os personagens analisados.

Os ídolos que acolhem também reconhecem o talento da sanfoneira. Devidamente montada e plasticamente conveniente, ela é submetida à opinião técnica para validação das habilidades. A partir daí, a “vovó nordestina” tem sua carreira

verificada e estimada por aqueles que ela tomou como referência. Podemos dizer ainda que ela torna-se apadrinhada e iluminada pelos astros com recorrência midiática.

Figura 4. O referencial da boa vida e da felicidade no artista admirado



Fonte: YouTube (2017)

5 CONCLUSÃO

De acordo com Mendes (2016), sob uma perspectiva durandiana, a constituição da imagem está entre o objetivo e o subjetivo; entre o espaço individual e o social. A publicização equivocada do nordestino pode ser justificada pela definição de Joly (2007) sobre a combinação confusa e prejudicial da televisão, publicidade e imagem; comprometendo o modo de utilizá-la e compreendê-la.

As ilustrações retratam que o sujeito televisivo precisa de tratamento e adaptação estética adequados. A mídia pratica um padrão ideal de aparência, impondo aos que se submetem ao seu formato a apropriação de um código específico, criando um conceito de impecabilidade. A distância disso causa uma incompatibilidade com o meio. Não seguir esse modelo é incorrer no risco de um estranhamento notável; quando não grotesco.

Por fim, é possível verificar nos programas analisados os padrões do imaginário apresentados por Mendes (2016), em que, para se adaptar às características estéticas televisivas, os personagens precisam passar por um processo de recriação de suas imagens, sendo o primeiro ponto o enfoque num imaginário estereotipado. Este reforça padrões que precisam ser modificados.

Num segundo momento, ativa-se a imaginação em busca de um processo de transformação estética dessas identidades, e, finalmente, se apresenta uma imagem reconstruída e pronta para ser consumida midiaticamente.

Neste artigo, buscamos apresentar o quanto a realidade produzida e disseminada pela televisão, sobretudo no programa Domingo Show, é marcada por imaginários arraigados a uma determinada imaginação do Nordeste e do nordestino.

Os objetos mostraram que, ao “resgatar” o nordestino de seu lugar de origem e inseri-lo nos enquadramentos da televisão, o que se busca é (trans)formar a imagem original, e adequá-la a um modelo apto a chamar a atenção do público, promovendo novos imaginários e imagens. Diante disso, a presente discussão demonstra como os conteúdos televisuais funcionam a partir de determinados modos de ver, produzir e reconstituir os imaginários sociais.

6 REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. M. **A invenção do Nordeste e outras Artes**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

FENAJ. **Código De Ética Dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: http://fenaj.org.br/wpcontent/uploads/2014/06/04codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf, acesso em: 30/04/2017.

JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa: Ed. 70, 2007.

LUSVARGHI, L. **A reinvenção do Nordeste: estratégias dos grupos de mídia para o Jornalismo audiovisual regional**. Revista ALTERJOR Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP). São Paulo, v. 01, 19 p., 2009.

MORONI, Alyohha de Oliveira; OLIVEIRA FILHA, Elza Aparecida de. **Estereótipos no telejornalismo brasileiro: identificação e reforço**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moroni-alyohha-oliveira-elza-estereotipos-no-telejornalismo.pdf>, acesso em: 30/04/2017.

MARTINS, Simone Teixeira. **A Construção da Notícia: Sobre a Influência da TV – e do Telejornalismo – no Brasil**. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio de Janeiro. Maio de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0528-1.pdf>, acesso em: 30/04/2017.

MENDES, P. M. C. **Saúde imaginária: A reprogramação do corpo no reality show**. 2016. 249 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2016.

TONDO, Romulo; NEGRINI, Michele. **Espetacularização e Sensacionalismo: Reflexões Sobre o Jornalismo Televisivo**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba. Set. 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0604-1.pdf>, acesso em: 30/04/2017.

VIZEU, Alfredo Eurico. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 40, p. 77-83, dez. 2009.

YOUTUBE. **Conheça Lindalva, a Dona Felicidade.** Domingo Show, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o2_dA7IThmA&t=5060s> Acesso em: 20 mar. 2017.

YOUTUBE. **Vovó sanfoneira que vende castanhas conhece ídolos.** Domingo Show, 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=I11Tih_w-0A&t=462s> Acesso em: 20 mar. 2017.