



Chico Xavier (Daniel Filho, 2010)

Globo filmes para um globo público: *Chico Xavier*, um filme com padrão de qualidade televisivo

Flávia Seligman¹

Doutora pela ECA/USP, docente na Escola de Propaganda e Marketing (ESPM/Sul) e no curso de Produção Audiovisual da Unisinos

Este artigo faz parte da pesquisa *Globo Filmes para um Globo público*, desenvolvida junto ao Núcleo de Pesquisas e Publicações – NuPP – da Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM-Sul e busca analisar um padrão de produção televisiva que se estende ao cinema desde a inserção no mercado da Globo Filmes na década de 1990.

O mercado brasileiro de cinema e audiovisual contemporâneo está composto por uma produção híbrida que transita entre o cinema e a televisão visando uma ampla utilização das janelas de exibição disponíveis e aproveitando a interação entre os meios desenvolvida nos últimos anos.

Este trabalho propõe um olhar sobre a relação entre os produtos audiovisuais feitos para a exibição no cinema e seus desdobramentos em novos produtos para a televisão, principalmente aqueles desenvolvidos pela Globo Filmes. Braço cinematográfico das organizações Globo desde 1997, a empresa dedica-se à distribuição, coprodução e produção cinematográfica propriamente dita, estabelecendo uma estreita relação desta com a televisão.

Aqui nosso foco de atenção são os produtos que transitam entre o cinema e a televisão, como os filmes produzidos com um padrão de qualidade técnico, estético e narrativo tipicamente televisivo, para fins de proporcionar uma exibição posterior adequada em seu formato original ou em outro formato como, por exemplo, uma minissérie. Nestes casos observamos que a produção cinematográfica obedece a um padrão de qualidade desenvolvido em primeiro para televisão. Em específico vamos focar no filme *Chico Xavier* (2010), dirigido por Daniel Filho e sua adaptação para a televisão, exibida em janeiro

¹ - seligman.flavia@gmail.com

de 2011. O filme foi um grande sucesso nas telas romaneando a vida do *médium* Francisco de Paula Candido Xavier (1910-2002), um dos mais importantes divulgadores do espiritismo no Brasil, que tinha uma imensa legião de fãs e seguidores. O filme foi seguido de outros títulos que também buscaram atingir este público fiel, alguns porém sem tanto êxito. Mas vamos aos parâmetros eleitos para esta produção.

O PADRÃO GLOBO DE QUALIDADE

Segundo os pesquisadores Valério Brittos e Ana Maria Rosa, o que chamamos de padrão tecno-estético hoje em dia consiste em:

(...) um conjunto de características que define um agente comunicacional e seus produtos, baseadas em relações estabelecidas com os públicos, bem como no envolvimento com outros atores, como o Estado, seus concorrentes e os diversos setores do mercado. (BRITTOS e ROSA, 2010, pg. 01)

No caso específico da televisão, a que este artigo se refere, somamos um conceito de produção que definiu um padrão de qualidade para o produto brasileiro ainda nos anos da Ditadura Militar, capitaneado pela TV Globo e seguido, guardando as devidas proporções, pelas demais redes de TV aberta do país.

Nos anos de 1960 e 1970, quando a Rede Globo de Televisão investiu na construção de um padrão de qualidade que lhe permitiu tornar-se a maior rede do país, imprimiu à produção televisiva nacional uma estética bem cuidada e que pudesse contentar um público heterogêneo, mais precisamente a classe média burguesa que, a partir da configuração sócio-econômica alcançada durante os governos militares, era o público que consumiria a televisão e seus produtos anunciados. A este perfil de produção deu-se o nome de Padrão Globo de Qualidade.

(...) em 1973, começou a consolidar o que ficaria conhecido como 'padrão Globo de qualidade', um modelo de televisão mais apropriado aos novos tempos. (...) Essa nomenclatura não foi criada pela emissora, mas sua prática sim. A TV Globo passou a submeter sua produção a um conjunto de convenções formais que garantiu um estilo próprio à sua programação. Quando a emissora

completou 15 anos, Artur da Távola, numa matéria especial do jornal O Globo, ressaltou as qualidades da sua produção: 'ordem, arrumação, bom gosto médio, harmonia burguesa, espetáculo de vídeo quente, vale dizer, o mais planejado e controlado'. (Ribeiro e Sacramento, 2010:119)

Por ser um veículo voltado para a família e para a casa da classe média burguesa (do burgo, da cidade), a televisão foi então adaptada à rotina desta, com a criação de uma grade de horários convenientes a cada faixa etária e principalmente com a adequação da estética e do conteúdo. Esta grade previa que determinados assuntos e programas fossem veiculados nos horários das refeições (almoço, jantar) ou que também determinados estilos pudessem aparecer enquanto ainda houvesse crianças acordadas na sala. Isto foi determinando a programação e até mesmo a configuração das novelas chamadas I (18h00), II (19h00) e III (que começou às 20h00 e depois passou para as 21h00, pensando também que adultos em busca de temas mais complexos com uma vida profissional mais atribulada e que também devido ao desenvolvimento das grandes cidades, acabavam chegando mais tarde em casa).

A partir daí criou-se uma nova estética para a cultura brasileira, distante dos movimentos de vanguarda das décadas anteriores que, no campo do audiovisual, delinearam a produção intelectual e a influência exterior no Brasil. Iniciou-se uma "estética da TV", liderada pela Rede Globo e aliada aos princípios de segurança e organização do governo. Segundo Maria Rita Kehl citada por Sebastião Squirra no artigo A memória embotada do telejornalismo brasileiro

...a opulência visual eletrônica criada pela emissora (Rede Globo) contribuiu para apagar definitivamente do imaginário brasileiro a ideia de miséria, de atraso econômico e cultural; e essa imagem glamourizada, luxuosa ou na pior das hipóteses antisséptica (...) contaminou a linguagem visual de todos os setores da produção cultural e artística que se propunham a atingir o grande público. (Squirra, 2006)

Este padrão asséptico de fazer televisão era, porém muito bonito e encantava os olhos do público e, se o público estava feliz os governos militares também estavam, colocando principalmente a Rede Globo como parceira alinhada ao regime. Antonio Reis Jr. em artigo

publicado no site de críticas Aruanda lembra uma declaração do presidente Médici sobre a televisão:

A espetacularização, característica marcante da TV brasileira, atingiu também o telejornalismo, principalmente a partir do advento da TV a cores e com a adoção dos critérios estéticos já assinalados.

Além desta característica, há uma outra mais importante e que pode ser inferida a partir de uma frase que se tornou célebre, atribuída ao presidente Emílio Garrastazu Médici em março de 1973: “Sinto-me feliz, todas as noites quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho”. O presidente, referindo-se ao Jornal Nacional revela a função anestésica do telejornalismo da Globo naquele momento cujo grande exercício consistia “em diluir, ao máximo, o verdadeiro impacto da notícia, transformando o Brasil em um país desprovido de emoção”. (Reis Jr, 2003)

Ao longo dos anos 1970 a Rede Globo se empenhou em renovar e aprimorar sua programação, recebendo incentivos financeiros e técnicos (comoos provenientes do acordo com o grupo Time-life², em 1962, que mesmo depois de ter sido considerado ilegal a ponto de ser desfeito, proporcionou à emissora carioca a compra de equipamentos, a construção de um prédio majestoso e o treinamento de técnicos nos Estados Unidos) e tornando-se a maior emissora do país.

DIÁLOGO ENTRE IRMÃOS BASTARDOS

Por muito tempo a televisão brasileira caminhou ao largo da produção cinematográfica buscando público e nichos de mercado

2 - A polêmica é antiga. Logo que Roberto Marinho adquiriu a concessão da TV Globo em, 1962, selou uma parceria com o grupo de mídia americano Time-Life. O acordo garantiu à Globo um capital de milhões de dólares para compra de equipamentos e construção da emissora; à Time-Life, cabia uma participação nos lucros da empresa. Dois meses depois da inauguração da Globo, em 1965, a relação das empresas foi denunciada como ilegal. A participação estrangeira em empresas nacionais não era permitida na época. Além disso, a presença do consultor do Time-Life, Joe Wallach que atuava na Globo, levantou dúvidas sobre a influência do grupo no conteúdo e nas decisões estratégicas da emissora. Em outubro de 1967, o consultor-geral da República Adroaldo Mesquita da Costa considerou que não havia uma sociedade entre as duas empresas, parecer que deixava a situação da Rede Globo legal no país. Em 1971, o acordo entre as empresas foi desfeito. Site Observatório do Direito à Comunicação, *Para Boni, acordo “Globo Time-Life” foi operação “totalmente ilegal”* publicado em 09.09.2010. Disponível em <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=7128> . Acesso: 30 mar. 2012.

diferentes. Enquanto o cinema crescia ao lado do Estado tutelado por órgãos como o Instituto Nacional de Cinema (1966-1975) e a Embrafilme (1969-1990), a televisão voltava-se totalmente para o mercado, mesmo com as benesses recebidas do governo, principalmente durante a ditadura militar, ainda que, segundo a pesquisadora e professora Miriam Rossini, os profissionais de “ambas as áreas auxiliaram-se mutuamente, produziram conjuntamente” (ROSSINI, 2009, p. 09). O próprio *staff* inicial das emissoras de televisão mesclava aventureiros encantados com o novo meio de comunicação com profissionais egressos do rádio e do cinema (se bem que estes últimos numa quantidade bem menor).

O diálogo entre a televisão e o cinema foi se atualizando devido às necessidades e à formação do mercado audiovisual. Com o passar do tempo e o avanço da tecnologia, o fazer audiovisual cruzou fronteiras e principalmente quebrou os preconceitos herdados desde a época do movimento do Cinema Novo, uma vanguarda artística que trouxe para o Brasil o que havia de mais moderno em cinema na Europa e que ideologicamente combatia os grandes estúdios, lutando por um cinema com mais realidade, mais conteúdo e menos custo. Nesta perspectiva o fazer televisão era encarado como uma atividade menor e menos nobre, por participar de um pacto com o “mundo capitalista”.

Com o desenvolvimento da realização audiovisual e principalmente com a possibilidade de produção e exibição em multiplataforma, a interação entre os dois meios tornou-se inevitável. Muitos profissionais formaram-se na publicidade e desenvolveram sua carreira fazendo produtos audiovisuais cuja finalidade era a exibição em televisão. Entre as décadas de 1980 e 1990, estes profissionais passaram a atuar também no cinema levando experiência e tecnologia inovadoras. Também observamos o contrário, em momentos de total crise no setor cinematográfico como quando em 1990 o Presidente da República Fernando Collor de Mello extinguiu todos os órgãos ligados ao cinema no país, levando a produção nacional à mingua.

Nos dias de hoje faz-se necessário pensar no cinema e na televisão em conjunto, atuando lado a lado por conta da tecnologia desenvolvida, dos profissionais que transitam entre os dois meios e, principalmente, pelas produções de filmes por empresas ligadas à televisão e pela exibição tanto em salas como em canais abertos e pagos.

Dito isto, vamos trabalhar com o conceito de espaço audiovisual como um todo. Começamos por classificar o “espaço audiovisual brasileiro” como um amplo espectro que abriga a produção cinematográfica, a produção para a televisão aberta e por assinatura, a produção para o mercado de home-vídeo e demais janelas como a internet e a telefonia móvel. Falar de audiovisual no Brasil hoje em dia é bem mais amplo do que há dez anos, é abordar um universo híbrido composto de múltiplos suportes de produção para igualmente múltiplas plataformas de exibição.

Como suporte de produção entendemos aqui a captação em película (35 ou 16 mm) e a captação digital, com suas variações tecnológicas, do mais simples, capaz de ser operado domesticamente, ao mais apurado, tecnologicamente sofisticado proporcionando uma qualidade final muito próxima ao da película.

Como plataformas de exibição, entendemos o circuito tradicional de salas de exibição, o mercado de home-vídeo, de aluguel e comercialização de DVDs, as emissoras de televisão pagas e abertas e a distribuição pela internet, móveis, telefonia celular, tablets, etc.

Este espaço audiovisual caracteriza-se pela inter-relação entre as diversas mídias. Avanços tecnológicos, digitalização, segmentação da televisão e o aparecimento de novas janelas de exibição, como a Internet e os telefones celulares, moldaram um mercado que se associa cada vez mais com as distribuidoras estrangeiras direcionando não só o processo, mas também a forma e o conteúdo.

A este processo, se alia a questão da necessidade de ocupação de um mercado cada vez mais amplo e segmentado. A entrada da RedeGlobo na produção cinematográfica nacional com a criação da GloboFilmes em 1998 e a expansão do maior pólo produtor de conteúdo de ficção do país para fronteiras além da transmissão televisiva, principalmente contando com o próprio produto televisivo em algum momento do processo, modifica a configuração do espaço audiovisual nacional. Conforme Pedro Butcher em seu estudo sobre a Globo Filmes:

Negligenciada pela mediação do Estado e atravessada por uma desconfiança mútua de ambas as partes, a relação entre cinema e televisão no Brasil sempre foi caracterizada pelo distanciamento.

Enquanto a TV se erguia no cenário audiovisual, não houve, por parte dos profissionais de cinema, esforços significativos para uma aproximação efetiva. Por sua vez, a emissora de televisão que se firmou como hegemônica no país – a TV Globo – não investiu na produção de longas-metragens nem incorporou de maneira sistemática filmes brasileiros à sua grade de programação, com raras e breves exceções. Por isso, em 1998, quando a TV Globo anunciou, depois de mais de 30 anos de existência, que estava criando uma divisão voltada para a coprodução de filmes para cinema, evidenciou-se que uma nova etapa da relação entre cinema e TV no Brasil havia começado. (BUTCHER, 2006 p.10)

Durante sua consolidação como maior grupo produtor audiovisual do país, entre os anos de 1970 e 1980, a Rede Globo criou um padrão de qualidade técnico-estético e narrativo que se fixou como o parâmetro de boa televisão no Brasil e no mundo.

Com uma saúde financeira invejável, já se consolidando como uma rede nacional, a TV Globo decidiu, na virada dos anos 70, optar por uma nova filosofia de programação que além de evitar as constantes alterações com os militares, atingisse um público mais qualificado, mantendo o que já se tornara cativo (os 60% das classes C/D). (FREIRE FILHO, 2004, p. 101)

O investimento na construção de um padrão de qualidade permitiu a Globo tornar-se a maior rede do país, imprimindo à produção televisiva nacional uma estética bem cuidada e que pudesse contentar um público heterogêneo, mais precisamente a classe média burguesa que, a partir da configuração sócio econômica dos governos militares, era o público que consumiria a televisão e todos os seus produtos. Segundo Silvia Borelli e Gabriel Priolli:

Padrão de qualidade define-se por uma inunção de alguns fatores que podem ser historicamente observados. Trata-se de uma articulação entre padrão de produção, tecnologia e uma proposta específica, capaz de criar uma personalidade na programação aceita, em um determinado momento, como a melhor entre produtores e receptores. A TV Globo é, sem dúvida, a implementadora de um modelo vencedor de padrão de qualidade que, desde os anos 70, vem norteando todas as demais televisões brasileiras. (BORELLI e PRIOLLI, 2000, p. 79)

Atenta às novas configurações da produção audiovisual no país, em 1998 a Globo criou seu braço cinematográfico, a Globo Filmes, uma empresa pensada, num primeiro momento, para acumular as funções de coprodutora e distribuidora de longas-metragens nacionais, partindo posteriormente para a produção em si. Com um parque industrial já formatado e consolidado e uma constelação de astros e estrelas capazes de fazer bilheteria independente da história desenvolvida na tela, nos últimos anos a Globo Filmes participou de todos os grandes sucessos nacionais, de uma forma ou de outra.

Atuando de diversas maneiras em produção, coprodução, lançamento ou propiciando a divulgação nos seus veículos, a empresa é responsável por imprimir aos filmes um perfil cinematográfico bastante próximo da qualidade adotada pela programação televisiva. Roteiristas, diretores e elenco da casa passaram a trabalhar também com cinema. Alguns retornando à atividade como, por exemplo, Daniel Filho, que participou de clássicos do Cinema Novo como *Os cafajestes*, de Ruy Guerra e *Boca de Ouro*, de Nelson Pereira dos Santos, ambos realizados em 1962. Depois Daniel dedicou-se por um longo tempo à televisão tornando-se um dos braços fortes da rede Globo. Na volta ao cinema, trouxe consigo uma experiência irrefutável de fazer boa televisão. Até 2005, ele era diretor da Central Globo de Criação, de onde saiu para assumir a direção artística da Globo Filmes, retornando posteriormente à TV para a realização de especiais como a série *As Cariocas*, exibida em 2010. Assim como ele outros diretores fizeram (e continuam fazendo) esta trajetória entre a televisão e o cinema.

Com um parque industrial já formatado e consolidado e uma constelação de astros e estrelas capazes de fazer bilheteria independente da história desenvolvida na tela, nos últimos anos a Globo Filmes participou de todos os grandes sucessos nacionais, de uma forma ou de outra.

Neste trabalho vamos analisar dois exemplos recentes, do ano de 2010. Tratam-se dos filmes *O Bem Amado*, de Guel Arraes e *Chico Xavier*, de Daniel Filho. Ambos diretores de televisão com grande trânsito também no cinema, responsáveis por sucessos nas duas

áreas. Os filmes, embora de gêneros diferentes, foram pensados para atingir um grande público. *O Bem Amado* fez, segundo dados da ANCINE, um público de 953.231 espectadores desde seu lançamento em julho de 2010. Em janeiro de 2011 o sucesso continuou desta vez como uma microserie que segundo a própria Rede Globo

Um dos maiores sucessos do cinema nacional em 2010, o filme “O Bem Amado”, do diretor Guel Arraes, ganha versão para a televisão em quatro capítulos e será exibido pela Rede Globo entre os dias 18 e 21 de janeiro, logo após Big Brother Brasil. Ao todo, a microserie O Bem Amado terá 26 minutos além dos 107 originais. Com cenas extras, as tramas paralelas do filme ganharam mais destaque e a edição modificou o ritmo da narrativa.³

Já *Chico Xavier* contou com um público bem maior, visto que atingiu a grande comunidade espírita brasileira e seus simpatizantes. O filme que estreou em abril de 2010 fez 3.412.663 espectadores e virou também microserie com quatro episódios e uma hora a mais de conteúdo, a partir de 25 de janeiro de 2011.

FILME, MICROSERIE, SUCESSO:

O filme *Chico Xavier* não espanta pelo melodrama acirrado, uma vez que a própria história do médium é repleta de agruras e sofrimento. o menino pobre, órfão de mãe, fora deixado pelo pai aos cuidados de uma madrinha que o maltratava com crueldade (espetando um garfo na sua barriga para castiga-lo). O pai casa novamente com uma boa senhora que mais uma vez deixa o menino abandonado ao morrer jovem vítima de uma enfermidade.

O menino Chico desde cedo mostra no filme o seu dom divino e a sua bondade infinita capaz de superar e perdoar quaisquer desavenças. Sua predestinação em fazer o bem através do espiritismo é pregada em todas as partes do filme que segue a vida do médium cronologicamente.

3 - Site Globo.com.(<http://redgloboglobo.com/novidades/series/noticia/2011/01/o-bem-amado-filme-ganha-versao-para-tv-partir-de-terca-feira-dia-18.html>)

Desta forma o filme se habilita para ser reformatado (na verdade apenas cortado e remontado) em uma minissérie. A história é contada de forma linear, emoldurada e de tempos em tempos sublinhada pela dramatização da famosa entrevista de Chico Xavier ao programa Pinga-Fogo, da extinta TV Tupi canal 4 de São Paulo, veiculado em 28 de julho de 1971. A recriação do programa além de mostrar o “inquérito” pelo qual passou o médium, sabatinado por jornalistas renomados da época, sempre pendendo para o lado deste, ainda inseriu novos dramas como a história dos personagens de Tony Ramos e Cristiane Torloni, que interpretam um casal que perdeu o único filho num acidente, a princípio, causado por um amigo. Após a intervenção de Chico Xavier, o espírito do filho avisa que o amigo não teve culpa nenhuma, que foi apenas um acidente, pacificando a vida dos pais e do garoto sobrevivente, uma vez que a mensagem psicografada serve de álibi junto à justiça para inocentá-lo.

O fato realmente aconteceu em um determinado momento, mas no filme ele é colocado dentro da história fazendo com que o diretor do programa Pinga-Fogo (Ramos) seja o pai do menino que faleceu.

Mais um drama que se desenrola por todo filme para a resolução no final, com vários ganchos dramáticos, que auxiliam em muito a fragmentação da história em capítulos. Todas as histórias do filme são perfeitas para emocionar e cativar o público fiel até o final, em conjunto, ou separada por capítulos. Segundo o crítico de cinema Roger Lerinaem artigo publicado no site do Jornal Zero Hora

Chico Xavier certamente vai tirar partido da enorme popularidade do mito para garantir um público na casa das centenas de milhares de espectadores, a despeito de sua eficácia como narrativa cinematográfica. O longa do diretor Daniel Filho foi talhado para emocionar as massas, buscando por um lado destacar as capacidades mediúnicas de Chico Xavier e suas visões de espíritos, por outro humanizar o protagonista, confrontando-o com céticos e ressaltando seus sofrimentos pessoais e seu bom humor. (LERINA 2010)

E ainda sobre a história que baseia a narrativa:

O roteiro de Marcos Bernstein - o mesmo de Central do

Brasil (1998) - acerta ao fornecer um eixo para a história: os episódios da vida de Chico Xavier se sucedem entremeados à recriação de uma célebre entrevista concedida pelo médium. Outro achado dramático é o destaque ao casal interpretado por Tony Ramos e Cristiane Torloni, cujo filho morreu de maneira estúpida - a mãe acredita na capacidade de Xavier de falar com o rapaz morto, o pai duvida. (idem)

O filme tem todos os elementos melodramáticos necessários para conquistar o público. Os conflitos e personagens secundários não são aprofundados deixando a grande atuação para Ângelo Antonio e Nelson Xavier que interpretam Chico em duas etapas da sua vida.

As situações apresentadas buscam a identificação imediata do público, recurso que também funciona caso se perca algum fragmento da história. O espectador não se perde nunca porque a essência do personagem e suas atitudes são sempre renovadas.

Em termos estéticos, o uso de primeiros planos identifica o espectador com uma linguagem já conhecida da televisão e a assepsia dos cenários, mesmo no meio de muita pobreza não chocam, bem pelo contrário, causam mais emoção ao público.

SEM CONSIDERAÇÕES FINAIS

Difícil aqui fazer alguma consideração final sobre um processo que está em curso e, em curso acirrado. O trânsito entre a televisão e o cinema no Brasil é fato irreversível, tanto definindo um padrão de filmes feitos já com este objetivo como influenciando os filmes feitos fora dos moldes televisivos, com narrativas não lineares, experimentos de linguagem, etc.

Um padrão é feito para que se siga ou se conteste e isto dita o que é produzido no audiovisual. Muitos filmes brasileiros hoje em dia exploram exatamente a estética no baixo orçamento, das equipes reduzidas, do equipamento portátil que é exatamente o contrário dos filmes como este que analisamos (e tantos outros da Globo Filmes). Isto é bom, para ter uma grande cinematografia é necessário um leque heterogêneo de produção. É preciso filmes para grande público ao lado de filmes destinados ao circuito de arte, cult. E a televisão, cada vez mais expandida, não pode ficar fora dessa.

REFERÊNCIAS

- BORELLI, Silvia H. S. e PRIOLLI, Gabriel.(2000) A deusa ferida: porque a Rede Globo não é mais a campeã de audiência. São Paulo: Summus.
- BRITTOS, Valério e ROSA, Ana Maria Oliveira (2010). *Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas*. Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 17 a 19 de maio de 2010, Novo Hamburgo, RS.
- BUTCHER, Pedro.(2006) A dona da história: Origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro. Dissertação (mestrado) – UFRJ / Escola de Comunicação,PPGCOM. Rio de Janeiro: UFRJ, Escola de Comunicação.
- FREIRE FILHO, J. (2007) Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. Galáxia, Brasil, v. 4, n. 7. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/galaxia/article/view/1398/1182>. Acess: 08 jul. 2011.
- <http://www.mnemocine.com.br/aruaanda/tvtelejornalismo70s.htm> Acesso: 19 de março de 2012.
- JUNIOR, Antonio Reis. (2003) Adaptação de capítulo da dissertação demestrado “*As representações da diáspora nordestinas no documentário brasileiro (anos 1970/80)*” defendida na Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo. Publicado no site Aruanda lab. com – Laboratório de pesquisas e análises sobre métodos de produção audiovisual de não ficção.
- LERINA, Roger (2010) Quando o mito é maior que a vida. Publicado no site do ClicRBS/ Cineclube em 05 de abril de 2010. <http://wp.clicrbs.com.br/cineclube/2010/04/05/dois-olhares-sobre-chico-xavier-o-filme/>. Acesso: 02 /04/2012.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (orgs.) (2010) História da televisão no Brasil. São Paulo: Contexto.
- ROSSINI, Miriam de Souza. (2009) Traduções audiovisuais: múltiplos contatos entre cinema e tevê. In SILVA, Alexandre Rocha da e ROSSINI, Miriam de Souza (orgs.). Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre, RS: Asterisco.
- SCHILD, Suzana. (2010) Discutindo a relação: casamento Globo Filmes – cinema. Revista Filme Cultura, nº 52. Outubro.
- SQUIRRA, Sebastião (2006). *A memória embotada do telejornalismo brasileiro*. Observatório da Imprensa 17/04/2006 edição nº 377. Disponível em <observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_memoria_embotada_do_telejornalismo_brasileiro>. Acessado em 19/03/2012.