



O GUARDA-ROUPA DE OLIVIA POPE: UMA ANÁLISE DO FIGURINO DA SÉRIE “SCANDAL”, QUE SE TORNOU UM ELEMENTO ESSENCIAL E DE DESTAQUE NA NARRATIVA

Airton Luiz Moraes Junior

Aluno do Mestrado de Comunicação Social - PUCRS

A série “Scandal”, considerada um sucesso por relatar os bastidores da vida política da capital norte-americana Washington, trás consigo não só um roteiro bem elaborado, com a produção da famosa *showrunner* Shonda Rhimes, que também produz e escreve esse *thriller* político. Um dos grandes sucessos de “Scandal” está no guarda-roupa da protagonista da série, a personagem Olivia Pope, interpretada pela atriz Kerry Washington, que já atravessou a barreira da tela e chegou ao “mundo real”, à venda nas lojas.

A série está em sua sétima e última temporada, iniciando as transmissões em 2012, pelo canal norte-americano ABC. A trama gira em torno da personagem Olivia, uma ex-funcionária da Casa Branca que cria uma agência de gerenciamento de crises, a *Olivia Pope & Associates*. Assim, ela resolve problemas de políticos e figuras do alto escalão de Washington com ajuda de seus colaboradores. Além disso, trata das relações com o presidente dos Estados Unidos e sua equipe, com quem ela trabalhava anteriormente.

Porém, o que vem chamando atenção são as escolhas do figurino para Olivia e sua popularização e elogios nas redes sociais e revistas de moda. Coube a figurinista Lyn Paolo, que desde o momento em que se inicia o processo de criação de um personagem, tem o papel fundamental de projetar e inserir todo um contexto. Com isso, figurino vira um complemento auxiliar para definir as características pessoais desse personagem, assim como o local da narrativa, o tempo histórico em que ocorre a série e a atmosfera que se pretende apresentar. Assim, pretende-se analisar o figurino da personagem de forma a entender suas características psicológicas e de que forma eles representam isso e como podem ser entendidos pelos espectadores da série.



O FIGURINO E SUA CONSTRUÇÃO

Pode-se observar que dentro das fronteiras das cidades modernas, a teatralização da vida real se torna cada vez mais comum devido às mudanças sociais rápidas, reversíveis e mutáveis. Logo, para Leite e Guerra (2002, p.43) “o ser humano, sujeito e objeto desse espetáculo mutante, cultivou formas diversas de manifestá-lo e comunicá-lo, tendo sempre como referência a si e a seu entorno”. Assim, utilizando-se de artifícios como a imitação, criaram-se os mais diversos modos de se expressar, como a linguagem, os gestos e os trajés.

Com isso, as roupas então traduzem um desejo do ser humano de se expressar através da aparência física. É o ato de se embelezar, se enfeitar para demonstrar sinais facilmente decodificáveis do funcionamento e das prioridades das diversas classes sociais nos mais diversos períodos históricos.

O ser humano na tentativa de caracterizar as mais diferentes personificações que ele poderia ter, criando um personagem para si, conseguia através do figurino se caracterizar e assumir o status a qual pretendia, vestido, obter, utilizando-se das roupas, acessórios e até da aparência física como formas de se caracterizar individualmente, mesmo dentro de um grupo social, e psicologicamente.

Dessa forma, o ato de vestir se torna uma das formas mais visíveis de comunicação, e desempenha um papel de extrema importância para a concretização da identidade social. Escolher uma vestimenta proporciona a interpretação de uma determinada forma de cultura para uso próprio, que inclui as normas rigorosas sobre a aparência considerada apropriada numa determinada época, chamando isso de moda.

O figurino se aproveita da moda para a criação de personagens reais, sejam esses no próprio dia a dia, como sinalizar hierarquias e definir funções, ou na ficção, como meio de identificação visual de distinção de personagem, seja este no cinema, teatro ou televisão. A respeito disso, Arruda et al. (2007) sintetiza que figurino não é moda e sim,



inclui a moda. Dessa forma, o figurino se “reapropria” dessa para a criação dos personagens.

Neste sentido, o figurino possui o papel de compreender em níveis múltiplos, explícitos ou inconscientes, informações sobre o personagem. Seja sobre seu passado, seu presente ou até mesmo seu futuro. Deve indicar de forma precisa e contundentes características detalhadas do personagem, individual e dentro do grupo social.

Por isso a importância do papel do figurinista. Este deve saber trabalhar tanto com moda quanto com figurino, sabendo diferenciar conceitos que coexistem lado a lado. Os figurinistas devem vestir os personagens, a fim de conseguir levar ao espectador que ele realmente está no mundo do espetáculo.

Assim, o figurino, nada mais é do que a adaptação da moda para a criação de personagens reais, que são facilmente identificáveis através de seu visual. O figurinista torna-se então fundamental neste processo, principalmente na televisão, uma mídia em que o processo de transformação da imagem real para a tela pode sofrer distorções, mas principalmente levar ao público à fantasia da narrativa através das vestimentas.

A IMPORTÂNCIA DA FIGURINISTA DE TELEVISÃO

Leite e Guerra (2002, p.60) abrem o capítulo do seu livro definindo figurino como: “[...] elemento comunicados, ultrapassa o sentido apenas plástico e funcional, obtendo um estatuto de objeto animado”. Esse é o ponto que define grande parte das características do personagem: onde vive, idade, status, profissão entre outros. É no figurino que é comunicada a visão do mundo que o ator representa.

Dentro desta perspectiva, Arruda et al. (2007) concluem que o figurino engloba não só a roupa, mas também cabelos, maquiagem, acessórios e adereços como elementos que ajudam a construir uma história. Ele está a serviço da narrativa como meio de embarcar na fantasia. Pode ser considerado como “um cenário trazido à escala humana



que se desloca com o ator”, conforme a figurinista Beth Filipecki (apud ARRUDA et al., 2007, p.14).

Ao pensar na criação de figurino, deve-se considerar o espetáculo como um todo. Não se pode simplesmente vestir o personagem independentemente do cenário, da época e da trama que serão relatados. O figurino estabelece um sistema peculiar de sinais, que no final, acabam resultando na escrita do espetáculo fechado.

Arruda et al. (2007), afirmam que o figurino não existe sozinho. É necessária uma relação entre autor, diretor, as equipes de caracterização, cenografia, produção de arte, iluminação produção, setor de efeito sonoros e os demais profissionais mobilizados dentro de uma gravação. Para pensar em uma roupa, deve-se imaginar todo o processo, seja o penteado, cor de paredes do cenário, a iluminação para que o ator possa desempenhar seu papel e dar sentido ao projeto.

O vestuário faz parte do conjunto de significantes que molda os elementos do tempo e espaço: a roupa é parte do sistema retórico da moda e argumenta para nos convencer que a narrativa se passa em um determinado recorte do tempo, seja esse um certo período da história (presente, futuro possível, passado histórico, etc.), do ano (estações, meses, feriados) ou mesmo do dia (noite, manhã, entardecer). (COSTA, 2002, p.39)

Assim, de um modo semelhante, as roupas trabalham de forma a demonstrar a localização de um personagem, seja em um deserto, cidade, campo ou praia. Porém, em função do tempo, especialmente no passado e futuro, o figurino pode ser desenvolvido de modo sincrônico ou diacrônico. Enquanto no modo sincrônico, o figurino molda o ponto histórico onde a narrativa se encontra, utilizando de figurinos realistas, que resgatam com exatidão e cuidado o que era usado na época retratada; ou até mesmo usando de figurinos para-realistas, onde são utilizadas analogias e estilizações para tornar a atmosfera um pouco menos real e mais manipulável e atemporal. Já no modo diacrônico, a passagem do tempo é feita com a troca das vestimentas dos personagens, conforme sua evolução na história.

A figurinista Helena Gastal (apud ARRUDA et al., 2007, p.331,332) relata que “o bacana do figurino de dramaturgia é que você ajuda o autor a contar uma história. A



roupa traz 1001 informações que traduzem o estado de espírito de um personagem”. Ou seja, a televisão se aproveita da moda e das tendências ditadas por ela para criar uma adaptação ao perfil psicológico do personagem, caracterizado juntamente com a interpretação do ator.

O figurino também serve como forma de definir a contemporaneidade de uma obra. É uma representação documentada de moda de uma época. Tempos depois, poderá servir de referência estética e identificar o quanto influenciou o modo das pessoas se vestirem naquele momento, tornando-se um referencial de como era o vestuário durante um período de tempo.

Com isso, o figurinista ao escolher determinadas peças, conforme sua combinação e tratamento dado, consegue significar algo já conhecido. É o que se chama de estereótipo, quando uma imagem clássica, através das vestes e trejeitos de um personagem, ou de um grupo, é determinante para torná-lo específico e facilmente reconhecível. Por estar em nosso subconsciente, é fácil classificar o que está sendo representado através de sinais no traje, como cores, tecidos, acabamentos e padronagens.

Ao considerar o processo de criação para a televisão, pode-se ver que este se difere dos outros tipos de representações principalmente pela duração, quanto pelo processo ótico da televisão. Como a imagem televisiva é formada por linhas e sofrem uma série de interferências, é fundamental que o figurinista saiba que determinadas estampas, texturas e cores provocam ruído sonoro nos aparelhos televisores, especialmente os mais antigos, e a resolução da imagem acaba se alterando.

Por isso é necessário um extenso trabalho de pesquisa do tema, para que assim o figurinista responsável consiga ter uma ampla consciência do universo no qual se situa sua criação. A definição de uma paleta de cores específica para cada personagem permite que não haja confusão entre os figurinos e assim não haja confusão entre os participantes da cena. A mistura de tons e estampas deve ir a favor da narrativa sem causar desarmonia entre os núcleos da trama.



O FIGURINO DE OLIVIA POPE

Como a personagem principal da série circula entre ambientes do alto escalão político americano, ela precisa, tanto quanto profissional, quanto mulher, se impor e ser reconhecida em um “mundo governado por homens”. Conforme a figurinista responsável de “Scandal”, Lyn Paolo, as peças foram escolhidas para a personagem de forma a dar destaque em relação ao restante do elenco da série.

Essas roupas, escolhidas para a protagonista Olivia, foram muito elogiadas nas redes sociais e nas principais publicações de moda. Lyn Paolo escolheu para a personagem peças de alfaiataria que fogem do convencional e com personalidade, vestidos de noite luxuosos, luvas *vintage* e bolsas grandes, sendo na maioria, peças de marcas de luxo. O figurino acabou tendo tanto destaque na série, que o primeiro nome a ser creditado no fim dos episódios, até a terceira temporada, é o da figurinista.

Para obter esse destaque em relação ao elenco, as cores escolhidas para o figurino de Olivia predominam sempre entre preto, tons de cinza e branco (Figura 1). Em alguns outros momentos, mais raros, são vistas outras cores como bege, “nude” ou rosa claro. Com essa escolha da cartela de cores principal, podemos fazer uma relação de análise simbólica do figurino, pois essas cores poderiam caracterizar uma interpretação dos dramas pessoais da personagem, já que há sobrecarga na carreira profissional com seus problemas emocionais.



Figura 1 - Figurino de Olivia Pope

A cartela de cores principal, a conjunção “branco-cinza-preto” é conhecido como o espectro das cores acromáticas, sendo consideradas o branco o começo e preto é o fim. Enquanto o branco é a composição de todas as cores da luz, o preto é a completa ausência de luz. Para entender melhor a relação e a influência das cores na emoção e na razão, utilizaremos como referência neste trabalho a pesquisadora alemã Eva Heller¹.

O preto, aquele que já foi considerado uma “não cor”, é conhecido principalmente na cultura ocidental como a cor do luto. Mas também pode ser considerada a cor da sujeira e do mal, a cor do conservadorismo e das autoridades. É considerada a cor mais escolhida quando se trata de moda, porque está ligada diretamente com a elegância. Porém ao mesmo tempo é a mesma referência de cor que transforma o amor (vermelho) em ódio.

Como a personagem trabalha nos bastidores da Casa Branca e em conter rumores e crises que abrangem principalmente políticos, a cor preta na sua roupa poderia muito bem representar a forma com qual ela trabalha, muitas vezes tendo que destruir reputações de outras pessoas para salvar seus clientes, ao mesmo tempo que mantém a elegância e sobriedade que necessita para transitar entre os diversos ambientes do alto poder americano. Porém, ao passar das temporadas, a personagem começa a criar uma aura

¹ Eva Heller (1948-2008) era uma socióloga, psicóloga e professora alemã de Teoria da Comunicação e Psicologia da Cor.



sombria, talvez como forma de defesa da sua vida pessoal que é interferida diretamente da sua vida profissional.

O contraste disso vem com a cor branca, que simboliza o bem, a verdade e a honestidade. Também é a cor da inocência e do sacrifício, e durante a história foi vista como sinalização de status social. Conforme Heller (2000, p.159), “branco é a cor dos tipos cujo o caráter é tranquilo, passivo”, e isso representa exatamente o que Olivia Pope é, mesmo conflitando com seu determinismo e autoafirmação.

Ao mesmo tempo que Olivia tem que lidar com os problemas dos seus clientes, ela também gostaria de preservar os seus princípios. Ela prefere acreditar na idoneidade e na honestidade dos seus clientes, colocando seu trabalho como prioridade e através dele, muitas vezes sacrificou sua vida pessoal e seus relacionamentos intrapessoais.

Entre essas duas, encontra-se o cinza, a cor dos sentimentos sombrios. Talvez a cor mais utilizada por Olivia, o cinza é considerado uma cor sem caráter, cuja representação nas suas roupas pode ser entendida aos poucos como a falta de vitalidade, de luminosidade e alegria na vida da personagem. Também é uma cor ligada ao passado, e ao esquecimento, embora Olivia viva sempre em um ciclo de não esquecer seus relacionamentos afetivos no passado e seguir adiante.

Acredita-se que quando uma pessoa utiliza muito a cor cinza, sua personalidade pode ser fechada e introvertida, como é na sua vida pessoal. Ao mesmo tempo, o cinza também é conhecido como a cor do cérebro, e a personagem, de uma forma ou de outra, consegue resolver ou contornar seus problemas de forma sempre racional e objetiva.

Sobre a cor que não se encontra nesta escala acromática, o bege, originário do francês *beige*, que significa marrom claro, é onde todas as cores luminosas desaparecem. É a cor do mal amado, do amor discreto, secreto, da infidelidade. Olivia mantém um caso secreto com o presidente dos Estados Unidos, que é casado e por motivos políticos não pode se divorciar e assumir este amor. O bege também é a cor do anti-erotismo, que pode



ser entendido que enquanto em local de trabalho, especialmente na presença do presidente, ela não quer desviar o foco e manter a relação estritamente profissional.

Além das cores, há também peças do figurino que chamam bastante atenção e são sempre muito comentados. As luvas e as bolsas de Olivia Pope (Figura 2) também podem ser analisadas de forma subliminar, justamente por entender que essas refletem sintomas da sua vida profissional e pessoal. As grandes luvas de couro poderiam representar que ao ter que “limpar a sujeira” de seus clientes, ela necessariamente não quer “tocar” e nem se “contaminar”, preservando suas crenças e idoneidade.



Figura 2 - As luvas e as bolsas grandes de Olivia Pope

Sobre as bolsas grandes de Olivia, nota-se que no dia a dia, somente um modelo de bolsa semelhante é usada por toda a temporada, e todas são da marca italiana Prada. Essa bolsa grande, que destoa ligeiramente e acaba não sendo comum em outras personagens da série, pode ser interpretada como que Olivia carrega “muito mais que seus próprios problemas”, principalmente quando ela é contratada para resolver crises alheias, e que acabam afetando diretamente sua vida pessoal.

Essas bolsas também serviram como um auxílio ao esconder a gravidez da atriz, durante a terceira temporada da série. A produtora Shonda Rhimes não pretendia inserir



no roteiro uma gravidez para a personagem, então foi necessário que, além de recursos de câmera e direção de imagem, o figurino ajudasse a encobrir a barriga de Olivia. O uso de casacos grandes e a bolsa carregada (Figura 3) sempre a frente foi uma alternativa encontrada para cenas em que a personagem apareceria de corpo inteiro na cena.



Figura 3 - Recursos do figurino para esconder a gravidez de Kerry Washington

Outro elemento importante do figurino são os sapatos. A atriz Kerry Washington, em uma entrevista, disse que os sapatos “meia pata” de Olivia são essenciais para diferenciar o caminhar dela no meio de políticos e representantes, e que a torna uma “mulher forte e poderosa”. Podemos entender que o mito do salto alto se propaga na série a fim de que a personagem demonstre seu poder, feminilidade e sensualidade a fim de conseguir o que deseja.

O FIGURINO PARA AS RUAS

Segundo Žovin (2010), a televisão tem o poder de seduzir o público através de sua linguagem audiovisual tanto pela musicalidade das palavras quanto pelo encantamento das imagens. Principalmente porque o ser humano busca respostas que



reforcem sua condição humana e que façam um elo entre o que ele pode ser e o que ele pode se tornar. A televisão se torna referência e vitrine de moda para quem a assiste.

A dramaturgia televisiva para Hamburger (2005), nada mais é do que um reflexo da sociedade que estamos vivendo. Nela podemos encontrar os mais diferentes estereótipos, convivendo juntos e apresentando seus dramas e alegrias. Apresenta os desejos do que o grande público gostaria de ser e ter, e usa dos personagens para realizar os sonhos que nem sempre poderão se tornar reais. E assim, essas personagens e sua aparência física, sejam em roupas, acessórios e/ou maquiagem, deixam de serem somente pessoas distantes numa realidade paralela.

A televisão, como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é o seu espelho, isso significa que a sociedade se vê [...] através da televisão, que essa lhe oferece uma representação de si mesma. E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente (WOLTON, 1996, p.124).

Rodrigues (2008) argumenta que, na televisão há interação entre a roupa e o corpo, parte essencial para se falar um pouco sobre o sentido da moda na sociedade atual. O corpo na tela da TV é um corpo que se movimenta, tem voz, convivendo e se relacionando com outros corpos. É um corpo que possui uma mobilidade variável e que ao mesmo tempo condizem com a sua performance. Por isso, as atitudes que um sujeito apresenta são capazes de “revelar seu estado da alma e de ânimo”.

Por isso, o ato de vestir-se diariamente é uma “arma” utilizada pelo sujeito como processo de apresentar-se aos outros, criando uma imagem própria para esse. Essa imagem tem como objetivo criar para o indivíduo definições para que ele possa ser identificado, manter um estilo pessoal.

O desejo de agradar implica primeiramente a imagem que uma mulher tem de seu próprio corpo, de suas qualidades e defeitos, e a leva a elaborar uma certa aparência ‘pessoal’. Mas agradar é também uma operação de sedução, isto é, uma forma particular de manipulação que pede uma adaptação, sempre arriscada, da imagem que a mulher tem do seu corpo vestido àquela que os outros [...] dela o fazem, ou àquela imagem que ela gostaria que os outros tivessem dela (RODRIGUES, 2008 apud GREIMAS, 2002, p.76).



Baudrillard (1995) afirma que o telespectador apropria-se da aparência, vestimentas e linguagem para criar uma representação “mortal” do que é enaltecido pela televisão. Com isso essas mulheres estão buscando levar a fantasia do que é mostrado na TV para suas vidas, os “padrões sociais aceitáveis de comportamento e apresentação social” (DUTRA, 2002, p.404 apud ŽOVIN, 2010, p.22) do momento.

Os indivíduos aderem às modas porque querem extrair satisfação desse fato, querem enviar mensagens novas, querem se sentir contemporâneos, atualizados, ou mesmo à frente de seu tempo; modernos, bonitos, querem se singularizar, não querem ser ‘um qualquer’, sentirem-se pessoas especiais, enfim, serem notados, sem correr o risco de parecerem ridículos. Paradoxalmente, é inegável o desejo de pertencimento, de serem diferentes e, ao mesmo tempo aceitos pelo grupo (DUTRA, 2002, p.405 apud ŽOVIN, 2010, p.22).

E é assim que a indústria cultural se aproveita desta situação, despertando o consumo no telespectador através da estética dos personagens. Castells (1999) explica que a sociedade atual está vivendo em uma cultura de urgência, onde tudo precisa ser tocado, sentido, vivenciado, consumido e conquistado o mais breve possível, é como se não existisse o amanhã, como se a perspectiva do fim da existência individual fosse uma constante.



Figura 4 - Looks do dia inspirados no figurino de Olivia Pope



No caso de “Scandal”, o figurino de Olivia Pope atravessou a barreira das telas e veio ser comentado e replicado nas redes sociais (Figura 4) e revistas de moda. Por as peças de roupa serem consideradas “clássicas, porém contemporâneas”, atraiu diversas mulheres que trabalham em áreas corporativas, para que possam inserir no seu cotidiano o mesmo estilo que a personagem tem.

Percebendo o sucesso obtido, o figurino deixa o mundo ficcional e é transformado em uma coleção de moda. A loja The Limited, juntamente com a atriz Kerry Washington e a figurinista Lyn Paolo, criaram uma coleção inspirada nos principais *looks* utilizados na série, com preços mais populares² que os das peças apresentadas na série. A própria atriz lançou as peças descrevendo-as como *“uma coleção que incorpora a elegância da estética de ‘Scandal’ à vida real de fashionistas do cotidiano. A coleção é uma homenagem aos nossos fãs devotos, aos fãs de moda e às mulheres que são inspirados a perseguir corajosamente suas paixões”*.



Figura 5 - *The Scandal Collection for The Limited*

Mas não é a primeira vez que o figurino de series de TV vão parar nas lojas. Talvez a serie precursora seja “Dynasty” (1981-1989), cujas protagonistas Krystle (Linda Evans) e Alexis (Joan Collins) e o figurinista da série Nolan Miller, se aproveitando do

² Os preços das peças iniciam em US\$49.





sucesso, criaram diversas coleções de roupas, *lingeries*, joias e peles. Outra série que fez sucesso e dialogou diretamente com o mundo da moda foi “Sex and the City”. A personagem Carrie Bradshaw (Sarah Jessica-Parker) era apaixonada por sapatos, e próximo ao fim da série a atriz lançou uma linha de calçados com o seu nome “SJP”, inspirada em calçados que foram sucesso durante as temporadas da série.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de construção de figurino para a televisão, exige do profissional escolhido para tal tarefa muito mais que conhecimento somente de moda. É necessário entender as características da realidade e da psicologia do personagem para adequá-lo de forma correta e auxiliar no desenvolvimento da narrativa.

Com isso, é possível entender e interpretar através do figurino certas escolhas pessoais que refletem o momento em que o personagem se encontra psicologicamente. Olivia Pope trabalha diretamente com o alto escalão político dos Estados Unidos e deve se vestir adequadamente para circular entre esses ambientes. Porém, com um estudo da escolha de cores e seus significados, e as peças do figurino, se consegue observar algumas referências diretas da sua vida pessoal e o quanto as roupas poderiam influenciar e/ou estar ligadas ao seu estado de espírito.

Mesmo assim, essa escolha das peças criou destaque entre as publicações de moda e nas redes sociais, provocando o aumento da procura por peças que se identificassem com a personagem. Como em outras séries anteriores, incentivou a criação de uma coleção de moda para o grande público com peças inspiradas do que era visto na televisão, gerando esse desejo de identificação momentânea, de trazer parte da personalidade dessa mulher vivida na ficção para o seu cotidiano.



REFERÊNCIAS

ARRUDA et al. **Entre tramas, rendas e fuxicos: memória** Globo. São Paulo: Globo, 2007.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade vol. 2: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COSTA, Francisco Araújo da. O figurino com elemento essencial da narrativa. In: **Sessões do imaginário**. Porto Alegre, nº8, agosto 2002.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

LEITTE, Adriana; GUERRA, Lisette. **Figurino: uma experiência na televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

RODRIGUES, Carlos Augusto Alfeld. Aparência, comportamento e consumo de moda no discurso audiovisual. **COLÓQUIO DE MODA, Anais...** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2008, 4., 2008, Novo Hamburgo, RS. 12 f., 1 CD-ROM.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

ŽOVIN, Cristiane. **Celebridades: a influência nos padrões de consumo no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

