

O passado como ponto de referência para a construção da pesquisa em Telejornalismo no presente¹

Ariane Carla PEREIRA²
Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

Há dez anos, em 2009, estreava como integrante da programação do congresso nacional da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), o Grupo de Pesquisa em Telejornalismo. Naquele momento, um grande passo era dado para o reconhecimento desse campo de estudo enquanto fazer científico e não apenas prático. Uma década depois, quando o grupo completa dez anos, proponho voltar meu olhar de pesquisadora para a minha própria produção acadêmica a partir dos textos apresentados no GPTele entre 2009 e 2018 e publicados nos Anais dos congressos nesses dez anos. Esse revisitar possibilitará uma avaliação dessa produção – em especial suas temáticas e referenciais – e, sobretudo, uma releitura desses gestos de leitura e interpretação.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Telejornalismo; Jornalismo Audiovisual; Intercom.

Preâmbulo

Há dez anos, em 2009, estreava como integrante da programação do congresso nacional da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), o Grupo de Pesquisa em Telejornalismo. Naquele momento, um grande passo era dado para o reconhecimento desse campo de estudo enquanto fazer científico e não apenas prático. Uma década depois, quando o grupo completa dez anos, proponho voltar meu olhar de pesquisadora para a minha própria produção acadêmica a partir dos textos apresentados no GPTele entre 2009 e 2018 e publicados nos Anais dos congressos nesses dez anos. Esse revisitar possibilitará uma avaliação dessa produção –

¹Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalismo, mestre em Letras, doutora em Comunicação e Cultura. Docente do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em História da Unicentro (Universidade Estadual do Centro-Oeste). Coordenadora-geral do projeto de extensão “Florescer: a comunicação na efetivação de Políticas públicas para mulheres”. Vice-líder do grupo de pesquisa Conversas Latinas em Comunicação. Membro da Rede TeleJOR. Diretora de Planejamento da Intercom. Email: ariane_carla@uol.com.br

em especial suas temáticas e referências – e, sobretudo, uma releitura desses gestos de interpretação.

No período, foram dez os textos publicados por mim – sozinha ou em co-autoria – no GP de Telejornalismo da Intercom. Desses, cinco analisaram os telejornais da RPC-TV e suas coberturas: “Factualidade e serviço no telejornalismo da TV Guairacá”, de 2011; “*Na hora certa*: interatividade entre telejornalistas e telespectadores? “, em 2012; “A indignação como comportamento esperado: a condução de condutas pelo telejornalismo em os *Diários Secretos*”, em 2014; “O sentido de “público” na cobertura telejornalística: a produção de notícias pela É-Paraná e pela RPCTV referentes ao massacre de 29 de abril de 2015 no Paraná”, em 2015; e “O argentino e o paraguaio nos telejornais brasileiros da RPCTV Cataratas: ressignificando as identidades de fronteira”, em 2016.

Os números evidenciam não apenas o interesse mas, sobretudo, a importância desses estudos em minha trajetória como pesquisa da área de jornalismo audiovisual. Assim, revisitá-los significa voltar mais uma vez o olhar para os telejornais e coberturas da emissora regional/local. Mas como os óculos não são os mesmos e nem o fazer jornalístico estático, os resultados serão outros e, assim, contribuirão, uma vez mais, para a pesquisa, o ensino e a prática do jornalismo audiovisual.

Factualidade e serviço no telejornalismo da TV Guairacá

A proposta, nesse momento, assim como em 2011, é pensar como se dá a construção do noticiário televisivo da emissora de Guarapuava, interior do Paraná, da RCP, isto é, a TV Guairacá. Para isso, retomaremos os dados e análises do artigo de oito anos atrás, que referem-se aos anos de 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2011 - e faremos uma comparação entre eles e dados coletados nesse ano e referentes aos anos de 2012 a 2019, acrescentando, assim, às análises outros oito anos de produção e exibição.

Dessa forma, seguindo a metodologia empregada em 2011, integrará nosso corpus uma edição do telejornal da TV Guairacá por ano. As primeiras oito edições – analisadas naquele momento – foram escolhidas e cedidas pela emissora, uma vez que o conteúdo ainda não era disponibilizado na internet. Já as edições a partir de 2012

passam a ser armazenadas no site de conteúdos GloboPlay e, por isso, foram retiradas de lá. São elas: 28 de junho de 2019, 22 de agosto de 2018³, 29 de junho de 2017, 29 de junho de 2016, 29 de junho de 2015, 27 de junho de 2014, 28 de junho de 2013, 30 de julho de 2012⁴.

O objetivo é classificar quais são os tipos de notícias veiculados nos telejornais da emissora – factuais ou não factuais; hard ou soft news ou jornalismo de serviço – e, a partir da quantificação delas, delinear a linha editorial do telejornal, que tem abrangência local, e como ele conversa com seu público.

TV Guairacá – contextualizando o objeto

A TV Guairacá foi oficialmente inaugurada em novembro de 2000. Menor das oito emissoras da RPCTV em termos de recursos humanos, tem a maior área de cobertura em extensão territorial. Sua história pode ser didaticamente resumida em três momentos distintos. O primeiro vai da inauguração a 2002 e foi um período bastante difícil para a equipe, já que a estrutura física da emissora era bastante precária.

De acordo com o primeiro chefe de redação da TV Guairacá, Adailton Bittencourt, em entrevista realizada em outubro de 2010, os equipamentos eram pouco e ultrapassados em termos de tecnologia, e não havia sequer um estúdio apropriado para a produção dos telejornais. Para evitar que vazassem ruídos de carros, da chuva ou o mugido da vaca da chácara ao lado da emissora, os telejornais, nesse período, não eram apresentados ao vivo, mas sim gravados algum tempo antes de irem ao ar.

Esse precariedade estrutural motivou uma pausa na produção diária de telejornais no segundo semestre de 2002. Assim, a TV Guairacá se tornou sucursal da TV Esplanada, outra das emissoras da RPC-TV, localizada em Ponta Grossa. Boa parte da pequena equipe foi transferida ou dispensada. Os poucos que permaneceram em Guarapuava continuaram produzindo materiais, que eram enviados para edição em Ponta Grossa. Porém, a frequência de exibição das notícias produzidas pela equipe guarapuavana não era muito alta.

O processo de reestruturação iniciado na segunda metade de 2002 é concluído em 2004 e a produção diária de um telejornal foi retomada em abril daquele ano.

3 Para que o telejornal analisado fosse posterior às mudança de nome e de projeto videográfico.

4 As edições de junho de 2012 não estão disponíveis no Globo Play.

Embora as emissoras do interior do Paraná contem com duas edições diárias – uma ao meio-dia e outra entre as novelas das 18h e 19h -, desde que foi retomado, o jornalismo da TV Guairacá exibe apenas uma por dia, a de início de noite chamada de Paraná TV 2. edição até 20 de agosto de 2018, quando passou a ser designada Boa Noite, Paraná. Essa edição única entre abril de 2004 e outubro de 2009 contava com apenas um bloco local, de seis minutos em média – os outros dois eram estaduais e fechados por Curitiba. Desde então, dois três blocos do telejornal, dois são fechados e exibidos localmente, com duração média de 11 minutos. Atualmente, a emissora conta com duas equipes de reportagem em Guarapuava e, desde 2011, com uma terceira em União da Vitória.

Aspectos conceituais

A temporalidade é um dos preceitos do jornalismo e a ela podemos agregar a importância do fato, ou seja, de que maneira ele impacta no dia a dia do telespectador. Sobre o primeiro item, a temporalidade ou factualidade, a classificação das notícias pode ser feita em dois eixos – as factuais, que se referem a fatos em andamento ou que acabaram de acontecer/se realizar, ou seja, que são muito recentes e são chamados nas redações de pautas quentes; e as não-factuais conhecidas também, em oposição, como frias, isto é, informações que podem ser divulgadas a qualquer momento sem que percam a validade e, por isso, são chamadas também de matérias de gaveta.

No que concerne a proximidade com o dia a dia do público e também a forma da narrativa, as notícias podem ser classificadas como *hard* ou *soft* (Tuchman, 1978),. mais recentemente o jornalismo de serviço ou utilitário foi acrescido a essa classificação a partir da proposição de autores brasileiros que se dedicam ao gênero, tais como José Marques de Mello, Ana Carolina Temer, Francisco de Assis Pereira e Ticiane Tuchman.

As *hard news* são a essência do jornalismo por serem aquelas de interesse geral e relevância social. Elas estão ligadas ao debate público. Exemplos desse modelo são as denúncias, e as editoriais de política, economia e segurança. Quanto ao formato, as *hard news* são construídas a partir do modelo tradicional de texto jornalístico objetivo. Ou seja, são notícias informativas e redigidas de forma objetiva, visando a imparcialidade. Enfim, como a própria tradução indica, são notícias duras.

Em oposição, as *hard*, as notícias do tipo *soft* são aquelas leves, tanto no assunto – e aqui se enquadram editoriais como as de cultura, esporte, lazer e entretenimento –, quanto na abordagem – na medida em que tem espaço para uma maior liberdade criativa. Se as *hard* tratam de temas relevantes para o interesse público, as *soft* são voltadas para assuntos com apelo humano. São “notícias 'brandas', referentes a ocorrências sem grande importância e que, geralmente, são armazenadas e apenas difundidas quando tal é conveniente para a organização noticiosa” (SOUSA, 2002, p.26).

Ao definir *soft news* Jorge Pedro Sousa traz um outro elemento importante para a classificação das notícias que é a validade temporal ou factualidade. Assim, as informações podem ser factuais ou não-factuais. As notícias factuais constituem a essência do jornalismo diário e têm como ponto de partida um fato novo, recente. A palavra factual deriva do latim “factum” e, assim, o factual é aquilo que se baseia em um fato, comprapondo-se à ficção e à opinião. Como o fato está ligado ao agora, o factual é uma notícia também com tempo de interesse definido e baseado no instante e, portanto, é perecível.

Já as notícias não factuais são aquelas não amparadas em um fato, em uma ocorrência, mas em uma história ou em uma personalidade. Desse modo, seu interesse não está amparado no tempo ou em uma ocorrência do tempo presente, mas sim no apelo que elas têm junto ao público. Dessa forma, não são perecíveis e podem ser armazenadas, sendo, portanto, também chamadas de notícias de gaveta.

Voltando para a narrativa, o texto jornalístico, além de *hard* ou *soft*, também pode ser classificado como de serviço ou utilitário. Ou seja, é uma prestação de serviço para o público, uma informação que tem utilidade prática na vida das pessoas. São exemplo de jornalismo de serviço a mudança no itinerário no transporte coletivo, as inscrições para um concurso público, a interdição de uma via após um acidente, entre outros. As matérias de serviço têm características pedagógicas e função orientadora na medida em que podem direcionar o comportamento do público. “Esse tipo de jornalismo pode ser visto como uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana” (TEMER, 2001, p.135).

Olhando o passado, antes de procurar compreender o presente (2004 - 2011)

Na edição de estreia da segunda fase da TV Guairacá, a então apresentadora, Miriane Muciatto, sentenciou que o telejornal tinha como foco “a notícia, o jornalismo comunitário e a prestação de serviço”. Descrição confirmada na análise realizada para o artigo apresentado no GP de Telejornalismo da Intercom no ano de 2012, que analisou o ano de 2004 e os sete subsequentes. Naquele momento, 50% das notícias exibidas era utilitárias. A outra metade se dividia entre *soft news* – 36% - e *hard news* – 14%.

A explicação pela opção prioritária pelo jornalismo de serviço nos parecia estar baseada na facilidade de produção desse tipo de notícia, tendo em vista o formato utilizado – sobretudo notas peladas (formato em que apenas o apresentador aparece na tela, sem imagens de ilustração), notas cobertas (formato curto, narrado pelo apresentador, com adição de imagens ou de videografismos) e/ou stand ups (formato gravado pelo repórter, sem imagens de cobertura e sem necessidade de edição) – e também a fonte da informação e/ou baixa necessidade de apuração – já que podem basear-se em *press releases* enviados por assessoria de imprensa/comunicação à redação.

Exemplos de notícias de serviço veiculadas na edição de Guarapuava do ParanáTV nesse período são inscrições para concursos públicos; divulgação de eventos que vão ocorrer na cidade, fornecendo dados como horários e valores; avisos de regiões da cidade que ficarão sem água ou luz em algum período do dia; formas de doações para entidades assistenciais, entre muitos outros. A lista evidencia que esse tipo de serviço – apesar de mais cômodo do ponto de vista da produção – é uma forma de promoção do bem comum. “No papel de orientadores, os meios de comunicação de massa funcionam como suporte esclarecedor, conselheiro e útil, principalmente numa era em que há muita informação e pouco tempo por parte do receptor” (VAZ, 2008, p.2).

Assim, não se pode condenar a divulgação de informações utilitárias, tendo em vista que elas são uma forma de orientar o público. Porém, quando elas são, em quantidade, três vezes mais que as *hard news* a relevância social do telejornal pode ser questionada. Sobretudo, quando as notícias de serviço são acompanhadas,

prioritariamente, por *soft news*. Juntas, ambas totalizam 86% das ocorrências noticiosas do Paraná TV 2. edição exibido pela TV Guairacá entre 2004 e 2011.

Se excluirmos o conteúdo utilitário e tomarmos apenas as *hard* e as *soft news* e classificarmos cada uma delas em factual e não factual percebemos que a factualidade é marca de 60% do conteúdo noticiado pela TV Guairacá. Assim, os demais 40% são materiais frios, não factuais. O olhar atento para as notícias quentes apontam que o número de *soft news* é duas vezes maior que o número de *hard news*. Além disso, grande parte das informações do tipo *hard news* e factual são noticiadas na forma de nota pelada, sem a presença da equipe do reportagem – repórteres de texto e cinematográfico – no local dos acontecimentos. Se os assuntos de maior relevância social – *hard news* factuais – são minoria no telejornal, o formato mais leve de notícias – as *soft news* não factuais – ocupa uma parcela considerável no fade do Paraná TV 2. edição Guarapuava: 32%.

A pesquisa realizada em 2011 também aferiu de que local tratavam as informações dadas no telejornal, que se vendia como local e comunitário, sobretudo porque um ou dois blocos do noticiário, dependendo do período, era estadual e apresentado da matriz, em Curitiba. Assim, naqueles oito anos analisados, 67% das informações diziam respeito à Guarapuava, 21% a outras cidades que integram a praça Guarapuava, e 12% eram produções de outras emissoras do estado replicadas pela TV Guairacá em seu noticiário ou diziam respeito a outras cidades que não fazem parte da área de cobertura da emissora.

Os oito anos seguintes (2012-2019)

Atualmente, as páginas do Boa noite, Paraná – de todas as oitos praças afiliadas a RPCTV – no Globo Play trazem o seguinte textos como descritivo do noticioso: “Telejornal local, exibido de segundo a sábado, no início da noite. Destaca os principais fatos do dia”⁵. Dessa forma, o “jornalismo comunitário, e a prestação de serviços” anunciados como foco por Miriane Muciatto na edição de estreia da TV Guairacá em 2004 já não são mais o foco do telejornal.

5 Disponível em <https://globoplay.globo.com/boa-noite-parana-guarapuava/p/5139/>. Acesso em 29 de junho de 2019.

Essa mudança, pelo menos de forma anunciada para o telespectador, se deu em 20 de agosto de 2018, quando o telejornal mudou de nome – passando de Paraná TV 2. edição para Boa noite, Paraná – e, também, de projeto videográfico. Em matéria publicada pelo portal Tribuna Paraná – veículo, assim como a RPCTV, integrante do GRPCom – em 15 de agosto de 2018, a diretora de Jornalismo da RPC, Luciana Marangoni, afirmou que a mudança era estratégica: “o objetivo principal das mudanças é estar mais próximo dos paranaenses. As alterações nos nomes representam a maneira como o público já chama nossos telejornais. Um jeito mais simples, mais moderno e mais direto para a nossa conversa diária”⁶.

Na edição inaugural dessa nova fase, um vídeo de apresentação foi preparado e exibido no início do telejornal com a participação do então apresentador Giovan Viliati, e os repórteres Bruna Bronoski e afirmam que Murilo Souza. Esse último refirma a versão de Luciana: “nosso encontro diário ganhou um novo nome, pra gente ficar ainda mais perto”. Já Bruna sentencia: “o nome mudou, mas o nosso compromisso com a notícia e com você que está aí do outro lado da tela continua o mesmo”⁷.

Em virtude dessa mudança, analisaremos os últimos oito anos num único bloco e, na sequência, faremos a separação dois seis primeiros e dos dois últimos com edições pós-mudança.

Assim, para a análise do período 2012-2019, também foram tomadas como corpus oito edições do telejornal – Paraná TV 2. edição e, depois, Boa noite, Paraná -, uma de cada ano. Seguindo a metodologia empregada em 2012, primeiro, classificamos cada uma das notícias como *hard news*, *soft news* ou jornalismo de serviço e encontramos os seguintes dados: 52% das informações são duras, 28% são utilitárias e 20% são leves. Um resultado bastante diferente do obtido em 2012. As ocorrências do jornalismo de serviço caíram para quase metade, passando de 50% para 28%. Queda também foi registrada em relação às *soft news* que passaram de 36% para 20%. A diferença de 38 pontos percentuais está nas *hard news* que cresceram de 14% para 52%. Os números das estatísticas referentes a esse primeiro ponto de análise nos fazem acreditar que houve um salto qualitativo no telejornal, sobretudo porque as *hard news*,

6 Disponível em <https://www.tribunapr.com.br/mais-pop/depois-de-19-anos-parana-tv-chega-ao-fim-na-proxima-semana/>. Acesso em 29 de julho de 2019.

7 Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/6959280/programa/>. Acesso em 29 de julho de 2019.

que são a essência do jornalismo, tiveram um salto e de último lugar passaram para primeiro, o que pode ser tomado como uma evidência de que o jornal, tal como prometido em sua home atual no GloboPlay, passou a valorizar o fato, o acontecimento, o momento. Ao mesmo tempo, as *soft news*, chamadas por Jorge Pedro Souza de “ocorrências sem grande importância” (2002, p.26) passaram a ocupar o terceiro lugar, fazendo valer sua especificidade, ou seja, se serem usadas conforme a necessidade, para fechar o telejornal. Os 28% das notícias de serviço demonstram, ainda, que elas não são mais a essência do telejornal – já que nem deveriam, sobretudo por tratar-se de um TJ de início de noite, que tem como característica ser um resumo dos principais fatos do dia -, um ponto positivo, ao mesmo tempo em que não são descartadas, outro ponto positivo, sendo utilizadas quando dizem respeito ao público do telejornal, não mais falando de informações úteis para moradores de outras partes do estado ou do país. Afinal, o serviço torna “a existência, na sociedade organizada, possível e mais fácil” (DINES, 1996, p.97).

Já em relação ao imediatismo dos conteúdos veiculados, os números aferidos nos últimos oito anos evidenciam que 87% das notícias são factuais, quentes; enquanto 13% são não factuais, frias, de gaveta. Dados que possibilitam a compreensão de que, também nesse aspecto, houve um salto qualitativo no telejornal local da RPC-TV Guarapuava. Afinal, embora em 2012, as factuais fossem maioria (60%) a diferença entre material quente e frio era bem menor, 20%, enquanto hoje é de 74%.

Se até aqui os números mostravam um avanço informacional, as estatísticas referentes a origem das notícias – entendida como local de produção e local de desenrolar do fato -, porém, não referencial o jornal local efetivamente como local – já que 21% das informações veiculadas foram produzidas por outras praças, um aumento de nove por cento, já que nos oito anos anteriores a média foi de 9%. Além disso, do que é produzido pelas equipes da praça, 53% são referentes à Guarapuava e 23% a uma das outras 29 cidades que fazem parte da área de cobertura da TV Guairacá. A produção da cidade sede caiu 14%, mas essa diferença não foi para a produção regional mesmo com a abertura, em 2010, de uma sucursal na cidade de União da Vitória, já que esse tipo de ocorrência cresceu apenas 2%. O local e o regional foram substituído pelo restante do estado.

Boa noite, Paraná – os dados do novo telejornal da TV Guairacá (2018-2019)

Agora, passamos a analisar as estatísticas referentes à 2018 e 2019, após a mudança de Paraná TV 2. edição para Boa noite, Paraná. Nos dois últimos anos é possível observar um novo crescimento nas *hard news*. Elas somam 59%, contra 52% na análise do período 2013-2019 e 40% entre 2004-2011.

Já em relação à factualidade há um pequeno decréscimo na comparação com 2012-2019, 79% versus 87%, mas ainda assim superior bastante superior a 2004-2011 – 79% contra 40%.

Mas é na origem de produção do material exibido que estão os dados mais preocupantes. 61% do noticiário é composto por produtos das outras sete preças afiliadas à RPC-TV. Em 2004-2011 esse número foi 12% e em 2012-2019 21%. Ou seja, uma ascendente cada vez mais acentuada, distanciando cada vez mais as informações do telespectador, ao contrário do afirmado em 20 de agosto de 2018, no vídeo de apresentação do novo telejornal local, como já mencionado, em que o repórter Murilo Sousa afirma que a mudança no nome do TJ seria “pra gente (jornalistas/telejornal e telespectadores) ficar ainda mais perto”. Essa distância, porém, só fez aumentar. Nos dois jornais analisados – um de 2018 e outro de 2019 -, foram exibidas, por exemplo, matérias de Cascavel (250 km de distância de Guarapuava), Cobérlia (265 km), Guaíra (380 km), Maringá (300 km). Os 39% dividem-se entre matérias produzidas em Guarapuava, cidade sede da emissora – 23% - e nas outros 29 municípios da área de abrangência da TV Guairacá – 16%, como Candói (75 km de distância de Guarapuava) e Prudentópolis (70 km). Em nenhum das duas edições foi exibida sequer uma reportagem ou nota de União da Vitória ou cidade vizinha do município que tem uma sucursal da emissora. Vale ressaltar que o número de matérias de cidades da região passou de 21% entre 2004-2011, para 23% entre 2012-2019 e chegou a apenas 16% em 2018-2019. Já as matérias de Guarapuava foram de 67% no período 2004-2011, para 56% entre 2012-2019 e caíram para 23% nas edições de 2018 e 2019.

Considerações (na verdade, novas inquietações)

Um telejornal utilitário. Assim poderia ser definido o Paraná TV 2. edição Guarapuava nos primeiros oito anos de exibição, entre 2004 – ano de reativação da emissora afiliada a RPC-TV e retransmissora Rede Globo – e 2011. Nos oito anos seguintes, pouco a pouco, o noticiário foi se transformando, com o jornalismo de serviço e as notícias de apelo humano (*soft news*) perdendo espaço para as *hard news* que, como essência do jornalismo, se impuseram, por seu conteúdo de interesse público sobre as *soft news* e as notícias de serviço, que antes dominavam o telejornal.

O ganho em conteúdo informativo, porém, não é real. Afinal, as informações transmitidas não dizem respeito e afetam diretamente a população que forma o público-alvo do telejornal, ou seja, os moradores das 30 cidades da área de abrangência da RPC-TV Guairacá. Isso porque o conteúdo exibido cada vez mais deixa de ser produzido pelas duas equipes de Guarapuava e pela terceira de União da Vitória, que tem dado lugar à notícias das outras regiões do estado.

Os dados estatísticos levantados por meio de pesquisa quantitativa, assim, provocam inquietações e deixam dúvidas no ar. Qual o conceito de jornalismo local que norteia a produção da RPC-TV na atualidade? Quais são os motivos para manter no ar um telejornal local que não exibe notícias locais? Será que o modelo de local da TV Guairacá também é adotado nas outras emissoras afiliadas a RPC-TV de Cascavel, Cutitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Paranavaí/Cianorte e Ponta Grossa? Questionamentos que buscaremos responder a partir da ampliação dessa pesquisa. Perguntas que são também evidência da importância da pesquisa e da sua eterna capacidade de se retroalimentar.

REFERÊNCIAS

DINES, Alberto. **O papel do jornal** – uma releitura. 4.ed. São Paulo, Summus, 1996.

MASSUCHIN, Michele Goulart; TAVARES, Camila Quesada; BELEM, Vitor Curvelo Fontes. Entretenimento no conteúdo jornalístico: um estudo das notícias nos portais informativos brasileiros. **Razón y Palabra**, Vol.21, out-dez-2017, p. 273-298.

PEREIRA, Ariane. Florescer: o telejornalismo como ferramenta para o combate à violência contra a mulher. **Anais 41. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Joinville: Intercom, 2018. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0150-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; COUTINHO, Iluska. A construção do telejornalismo como campo de reflexões: dos fazeres à busca pela consolidação de pesquisas e teorias em Jornalismo Audiovisual. **Anais 40. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0165-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; PIETA, Amanda. O argentino e o paraguaio nos telejornais brasileiros da RPCTV Cataratas: ressignificando as identidades de fronteira. **Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1063-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; PERSEGONA, Naiara. O sentido de “público” na cobertura telejornalística: a produção de notícias pela É-Paraná e pela RPCTV referentes ao massacre de 29 de abril de 2015 no Paraná. **Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/indiceautor.htm>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; _____. A indignação como comportamento esperado: a condução de condutas pelo telejornalismo em os *Diários Secretos*. **Anais XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1012-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; NUNES, Morgana. De volta ao lombo da mula, e com registro audiovisual! O Jornalismo “memorialista” da tropeada do Globo Rural. **Anais XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1012-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; RUDEK, Mariana. *Na hora certa*: interatividade entre telejornalistas e telespectadores? **Anais XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2044-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____; GRANDE, Luciana. Factualidade e serviço no telejornalismo da TV Guairacá. **Anais XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Recife: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1286-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____. A TV digital chegou! E com ela a interatividade. Será? **Anais XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0056-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

_____. A prática do documentário jornalístico (modelos europeu e norte-americano) na disciplina de Telejornalismo da Unicentro. **Anais XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1162-1.pdf>. Acesso em 29 de junho de 2019.

SOUZA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TEMER, Ana Carolina. **Notícias e Serviços: nos telejornais da Rede Globo**. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo.

TUCHMAN, Gay. **Making News: a study in the construction of Reality**. New York: Free Press, 1978.

VAZ, Tyciane. Jornalismo de serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira. **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0482-1.pdf>. Acesso em 28 de junho de 2019.