
Problema Mostrado é Problema Resolvido:
A Espetacularização da Violência e a Qualidade do Jornalismo no Jornal Do Meio Dia¹

Yasmin Ribeiro Bernardes²
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer³
Universidade Federal de Goiás, Goiás, GO

Resumo

O presente estudo discute a espetacularização de violências do cotidiano dentro do telejornal goiano Jornal do Meio Dia e de que forma essa abordagem pode interferir na qualidade de informação considerando que vivemos em uma sociedade do espetáculo em que nossas relações sociais são mediadas por imagens. Este trabalho realiza uma revisão teórica e conceitual sobre telejornalismo, qualidade de produções jornalísticas, espetacularização, sensacionalismo e os diferentes modos de violência. Nota-se o Jornal do Meio Dia como um mediador entre cidadão e poder público, em que o telespectador envia sua denúncia ou reclamação e o programa cobra as autoridades responsáveis até resolverem a demanda. É traçada uma abordagem incisiva na solicitação da participação do telespectador além de proferirem comentários com juízo de valor.

Palavras-Chave: Telejornalismo; Espetacularização; Qualidade de informação; Jornalismo participativo.

Sensacionalismo x Espetacularização

Piadas, personagens, bordões, erros linguísticos propositais, dramatização, espetacularização do assunto e agressividade. Essas são características que podemos notar ao assistir determinados veículos de telejornalismo. Aspectos que se aproximam do entretenimento dentro destes meios por vezes faz com que o repórter não informe de forma responsável e leve aspectos emocionais para a abordagem da notícia.

Assuntos do cotidiano que tratam sobre miséria, violência e morte são espetacularizados nos programas. Acidentes de carro, buracos nas ruas, enchentes que invadem casas, latrocínios, homicídios passionais, fenômenos da natureza etc., cotidianamente são assuntos de matérias em telejornais.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharela em Jornalismo pela UFG, e-mail: ybernardes@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho e professora do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG, e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

Quando pensamos em espetáculo, as imagens de show de música, concerto de teatro e cenários do tipo que envolva plateias e atores são as referências que buscamos na mente. Debord (2003) discute sobre a sociedade do espetáculo, em que as relações sociais são mediadas por imagens, como vídeos e fotos em plataformas digitais bem como produtos audiovisuais na televisão. Mesmo quando não produzimos conteúdo, consumimos momentos espetacularizados em que é difícil não estar dentro do modelo de espetacularização da vida. Hoje, somos consumidores – plateia – e produtores, interagimos e entramos no jogo. O mais importante nesse modelo é o parecer em detrimento do ser e ter.

No Brasil, quando a intenção é colocar a credibilidade de um jornal em cheque, usa-se o termo “imprensa marrom” ou “sensacionalista”. Sensacionalismo por definição, a partir do dicionário Michaelis, é o uso, efeito e divulgação de notícias exageradas ou que causem sensação, que choquem o público, sem nenhuma preocupação com a verdade.

Segundo Angrimani (1995, p.16), “[...] trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato”. A expressão jornalística “*Fait Divers*”, que diz respeito aos assuntos que não se categorizam nas editorias dos jornais sendo notícias extraordinárias, está ligada diretamente com o sensacionalismo.

Telejornalismo local

O site oficial do telejornal local goiano analisado se define como: “Comunitário, interativo e desde 1991 sempre presentes nos grandes acontecimentos do Estado de Goiás. O *Jornal do Meio Dia* é feito com personalidade para dar voz ao telespectador”.

A descrição do site institucional, escrito por algum integrante do JMD, se define como comunitário, mas esse conceito dentro do telejornalismo possui divergências em relação ao conceito de teóricos. O ponto marcante de um jornalismo comunitário, segundo Paiva (2006), são os interesses coletivos específicos de determinada comunidade, bairro ou vila. Ela pontua que se um acontecimento possui interesse direto para a coletividade, torna-se relevante, e, portanto, entra no valor-notícia a ser transformado em uma pauta para um jornal.

Entre os modos de produzir notícias, o telejornalismo é o jornalismo feito para e na televisão, o que deveria implicar em manter os compromissos éticos da profissão de jornalista, conforme o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros da Agência Brasileira de Imprensa (ABI).

Jornalismo e telejornalismo muito se assemelham nas pautas abordadas, mas também se diferem em alguns aspectos, especialmente, na importância dada à dramatização para atrair o público. Para Vizeu (2002), “o jornalista encontra-se submetido a um dilema diário: como tratar a notícia como um “produto atraente” e não comprometer a informação enquanto um bem público? Não é uma tarefa fácil”.

Qualidade no Telejornalismo

Becker (2005) acredita que televisão de qualidade é aquela que se torna parte da conversa cotidiana, como uma referência de novos conhecimentos e percepções, onde o audiovisual deve servir para conectar-se com as pessoas, criando uma relação enriquecedora com a vida cotidiana para produzir programas inovadores, universais, experimentais e ousados.

Além de necessárias habilidades técnicas que contam com uma boa escrita, domínio da língua portuguesa, oratória, dicção etc., para a autora, a promoção do valor da diversidade é relevante para a regulação democrática da mídia e para a qualidade do jornalismo no Brasil, na América Latina e em todo o mundo. A produção desenvolvida nos telejornais deveria implicar em diversidade de pautas, fontes e acesso.

Precisamos entender também que os veículos jornalísticos estão em volta de redes – políticas, econômicas, ideológicas – que podem interferir na produção de notícias, e não é sempre os cenários que estão exercendo o seu papel social, em que trazem para dentro de si as contradições da própria sociedade. Bourdieu (1997) acredita que o índice de audiência se mostra na pressão urgente de noticiar novos acontecimentos, em razão da concorrência entre jornais impressos e telejornais - ou telejornais entre telejornais - na busca pelo “furo” de reportagem para conseguir ser o primeiro a transmitir a notícia.

Ao longo dos últimos anos, estamos vivendo um problema dentro do modelo de negócio jornalístico em que já não há a mesma rentabilidade comercial como houve em outros períodos. Deste modo, as empresas jornalísticas se veem diante da necessidade

de diminuir os custos de produção e, com isso, também diminuem a qualidade do produto que acarreta no nível de informação da população.

O formato atual dos programas jornalísticos no Brasil é inspirado no modelo de radiojornalismo. As notícias são transmitidas de forma muito rápida, no máximo cinco minutos para cada matéria, abordando temas complexos, em sequência e cada assunto totalmente diferente do outro. Esse modelo não permite uma real compreensão do que é dito, uma análise e contextualização que se faz necessário, uma vez que a realidade do país é cada vez mais intrincada.

Guerra (2010, p.2) pontua que “tanto as organizações buscam sinalizar seu compromisso com a qualidade quanto à sociedade busca organizar-se, a seu modo e de diferentes formas, a fim de cobrar o melhor dos produtos que recebe”. Quanto mais próximas os atributos estiverem dos requisitos dos usuários, maior a qualidade do produto oferecido.

Escopo da Pesquisa

Os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração desta pesquisa compreenderam a revisão bibliográfica para entender conceitos como: jornalismo, telejornalismo, qualidade da informação, sensacionalismo e espetacularização. Para entender esses e outros aspectos, a pesquisa contará com autores como Angrimani (1995); Bourdieu (1997), Debord (2003), Sodré (2002) e Temer (2010), além de pesquisas em artigos, publicações em sites e vídeos.

Para análise de dados deste trabalho, será utilizado a Análise de Conteúdo que, de acordo com Bardin (1997, p.38), representa “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Entretanto, a autora ressalta que a especificidade da análise vai além da descrição do conteúdo, ela compete no ensinamento que poderá nos dizer após o conteúdo ser tratado. Ela estrutura o método de análise de conteúdo em cinco etapas: Organização da análise; codificação; categorização; inferência e o tratamento informático.

Nesse sentido, o corpus da pesquisa será compreendido entre os dias 12-16 e 19-24 de abril de 2021, totalizando 12 programas produzidos em duas semanas corridas. As datas foram escolhidas aleatoriamente. Com o objetivo de ter uma base de dados, foi

utilizado o programa *Open Broadcaster Software* (OBS) para gravar o programa transmitido no site da *TV Serra Dourada* e feito upload de cada arquivo na pasta específica no computador e no Google Drive.

Também foi utilizada a plataforma de texto *Google Docs* para gabaritar os episódios do telejornal com os seguintes questionamentos: 1. Quantas notícias no total? 2. Qual o título? 3. Qual o tipo de violência/denúncia veiculado? 4. Qual o tipo de fonte e quem fala? 5. A narração da informação é emocional ou objetiva? 6. Contém nota pé opinativa? 7. Acontece uma espetacularização gestual ou adjetiva? 8. Quais termos usados?. Nesse sentido, foram criadas 13 categorias temáticas conforme foram veiculadas durante as duas semanas de telejornal, sendo elas: 1. Outros; 2. Violência urbana; 3. Saúde; 4. Economia; 5. Interatividade; 6. Educação; 7. Entretenimento; 8. Serviço; 9. Esporte; 10. Negligência do poder público; 11. Publicidade; 12. Trânsito e 13. Solidariedade.

Resultado da Análise de Dados

Na semana do dia 12-17 referente ao mês de maio de 2021 foi contabilizada 172 matérias no total. Na semana seguinte do dia 19-24 foram contabilizadas 164 matérias com uma diferença de oito matérias. É possível perceber que o telejornal não segue um padrão de número de matérias por dia em que cada dia das duas semanas tem uma contagem diferente de notícias no final. Foram veiculadas 12 categorias de notícias ao decorrer das duas semanas.

Na primeira, os assuntos abordados foram trânsito, economia, saúde, entretenimento, serviço, violência urbana, displicência, publicidade, esporte, solidariedade e educação. Três assuntos foram noticiados em maior quantidade no JMD: violência urbana (23%); saúde (20%), interatividade (15%) e economia (12%). Na segunda semana, os assuntos abordados foram trânsito, economia, saúde, entretenimento, serviço, violência urbana, displicência, publicidade, esporte, solidariedade, educação e outros. Três assuntos foram noticiados em maior quantidade no JMD: interatividade (43%); violência urbana (19%) e saúde (18%).

A participação do público na segunda semana subiu 28% em decorrência da sexta-feira (23/5) que o telejornal noticiou que um homem é suspeito de estuprar a

enteada dentro dos destaques policiais e, logo depois, a matéria sobre o vereador de Minas Gerais que afirma que deveria matar cachorro de rua. Os noticiaristas do JMD, Luciana Finholdt e Lucílio Macedo, fizeram comentários incisivos ao fim dessas matérias e no início do telejornal para pedir a opinião e participação do telespectador e, assim, repercutiram durante todo o programa, tanto os comentários de quem assiste como a matéria do vereador para instigar e veicular mais participações.

Deste modo, depois de instigar revolta nos telespectadores já não precisam mais opinar uma vez que os telespectadores vão alimentar o programa com seus comentários - além das reclamações e flagrantes do cotidiano - e as opiniões são lidas por eles no decorrer. Analisando as fontes presentes nas duas semanas de telejornal, encontramos poucas disparidades na porcentagem de fontes usadas.

Considerando que o JMD, em sua maioria, trabalha com links ao vivo da rua ou do estúdio e notas cobertas com vídeo e foto, o programa baseia-se nas fontes oficiais, sejam elas realizadas com entrevista ao vivo, por meio de nota da assessoria ou divulgação de dados públicos. Existe um esquema de organização no telejornal em relação às fontes utilizadas. Com uma demanda de envio de reclamações ou dúvidas dos telespectadores do estado de Goiás, mas principalmente da Grande Goiânia, a necessidade de ouvir autoridades (as fontes oficiais) se faz necessário para dar uma resposta a esse “consumidor” que confia na qualidade do telejornal para resolução de sua demanda.

A dupla de apresentadores, especialmente a Luciana, enfatiza essa característica do telejornal, de que vão acompanhar e cobrar até ser solucionado e mostrar quando for resolvido para comprovar a eficiência do JMD. O JMD funciona dividido em dois espaços: Inicialmente, os noticiaristas realizam a chamada da matéria e, logo depois, entra a reportagem ou entrevista ao vivo, em sua maioria de forma objetiva e factual. E no segundo espaço, ao fim da reportagem, os noticiaristas enfatizam “aquilo que o povo quer ouvir” por meio da expressão de comentários opinativos e, algumas vezes, proferindo juízo de valor sobre eles.

O caso do menino que estava conduzindo uma moto de 50 cilindradas, autorizado pelo pai, e foi atropelado por um ônibus e foi necessária a amputação de um braço. Foi feita uma matéria e entrevista ao vivo com o Delegado responsável, ao fim das produções, os noticiaristas manifestaram-se:

QUADRO 1 – COMENTÁRIOS DOS APRESENTADORES COM JUÍZO DE VALOR

Lucílio Macedo	"Eu quero fazer uma crítica à fala do pai, sem querer apontar porque já está sofrendo com essa situação, mas o pai falou que o filho dele tinha muita responsabilidade por isso ele confiava pra que o filho saísse nessa moto. Olha, pai, um garoto de 9 anos não tem responsabilidade, ele precisa da tutela dos pais. Não 'tô' aqui querendo apontar ou por o dedo na ferida do senhor que ta doendo pra caramba eu tenho certeza disso. Que essa criança se recupere, né? E que a polícia faça o trabalho dela que ela tem que fazer. O que me parece Luciana e telespectadores, que esse ônibus... vamos ver a perícia... não que 'tava' lá em alta velocidade porque parou muito rápido".
Luciana Finholdt	"É, o motorista que também será ouvido pela perícia como lembrou bem o Delegado (...). Não queremos crucificar em hipótese nenhuma crucificar o pai que o sofrimento já é enorme, mas houve falhas sem dúvida alguma que a criança está pagando por isso com o braço amputado".

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Portanto, além de apresentarem o telejornal também opinam e dirigem o programa. Por vezes, a dupla de noticiaristas explica que não tem a intenção de julgar,

mas em seguida, proferem juízos de valor sobre o acusado da situação, como nesse comentário do apresentador Lucílio após homicídio do dono de uma distribuidora de bebidas: “*Crueldade, execução, com certeza! Vamos aguardar a investigação*”.

Temer (2010) explica que os telejornais seguem um esquema rígido, no qual o noticiário introduz o repórter, que por sua vez, “abre espaço” para os entrevistados, evidenciando o nível hierárquico de cada um deles dentro do telejornal. “O âncora, apresentador ou noticiário é uma espécie de fio condutor, pai simbólico ou personagem principal que delimita o espaço dos demais personagens” (TEMER, 2010, p. 114). O âncora personaliza e ao fazer isso ele se transforma no personagem dele mesmo, o persona, ou seja, aquele sujeito que também é ator e intensifica o gesto, mais agressivo, mais alto, mais enfático.

Deste modo, a dupla de apresentadores introduzem o assunto e o repórter para a veiculação da reportagem ou da entrevista e, após o término, voltam para os apresentadores poderem proferir comentários opinativos e, muitas vezes, com juízo de valor. Em outros telejornais, a participação do comentarista é por meio de um convite especial - uma autoridade que domina o assunto que opina.

No JMD, a função de apresentador e comentarista é exercida pela mesma dupla. O papel de noticiário principal, conforme elucida Temer (2010), – tende a ser exercido pelo editor do telejornal ao qual trabalha a partir de elementos de identificação com o público, dando ao telespectador a sensação de que está recebendo uma visita ilustre, uma personalidade que apenas a sua presença já agrega importância e notoriedade ao espaço doméstico de quem assiste.

Considerações Finais

Os noticiários do JMD realizam, em uma maior quantidade de vezes, notas péis e comentários opinativos com juízo de valor sobre as pessoas envolvidas no assunto tratado na nota, reportagem ou link ao vivo. Nota-se que o telejornal atua como um mediador entre cidadão e poder público, em que o telespectador envia sua denúncia ou reclamação e o programa cobra as autoridades responsáveis até resolver a demanda: “Vamos até o fim”. O pedido por parte dos noticiários em que solicitam a participação do telespectador acontece diariamente e por diversas vezes durante a programação. Mensagens, fotos e vídeos são enviados todos os dias para a produção do JMD, tanto

com denúncias como também agradecendo ao telejornal pela resolução desses problemas. Essas e outras intenções de envio por parte do telespectador são enviadas por decisão própria, entretanto o público tem essa atitude uma vez que os noticiaristas realizam esse convite com persuasão.

Usam o bordão "problema mostrado é problema resolvido" frequentemente e de modo incisivo. O telespectador que assiste o telejornal cotidianamente tem a percepção que as demandas da população são mais atendidas quando veiculadas pela imprensa do que realizar a reclamação diretamente ao poder público. Dessa maneira, o telejornal usa dessa estratégia para fidelizar sua audiência porque ali, naquele espaço, o cidadão pode confiar e enviar suas dúvidas, denúncias e reclamações, uma vez que os noticiaristas frisam esse compromisso frequentemente.

Uma analogia interessante seria as propagandas publicitárias de lojas de eletrodomésticos, em que é atestado de forma até agressiva que aquele produto é confiável e tem boa qualidade, porque o consumidor não compraria um produto com esses quesitos em dúvida. Vivemos em uma sociedade do espetáculo em que nossas relações sociais são mediadas por imagens. Tudo pode tornar-se mercadoria, até mesmo a informação, assim os apresentadores criam cenários dramáticos com as desgraças, preconceitos, dilemas, negligências do poder público, entre outros cenários de violência - mas que é pouco perceptível - com possibilidades de um desfecho, tornando aquele acontecimento em show e espetáculo.

Além da convergência midiática e considerando o tempo pandêmico que atualmente o mundo vive, a participação e contribuição tornam-se cada vez mais presente nos telejornais. A chamada revolução das fontes: [...] É cada vez mais frequente nos telejornais brasileiros a participação do que provisoriamente denominamos de público-participativo (entendido aqui como a audiência comunicativa-interativa-participativa) [...]. Os noticiários vêm usando com mais frequência às imagens captadas pelo público através de celulares ou câmeras digitais de fatos do cotidiano que são notícias, mas só têm o registro imagético pela participação de cidadãos e cidadãs comuns, que pelos mais diversos motivos, o registraram. (VIZEU; SIQUEIRA, 2010, p. 85-86.)

O JMD prioriza os assuntos emocionais, violentos, polêmicos e de serviço social, e faz uso intencional de uma linguagem espetacularizada nos comentários após a informação, assim ele compromete a qualidade de informação que chega ao

telespectador, uma vez que dramatiza aquela notícia. Por conseguinte, o fazer jornalístico com qualidade é um processo de construção onde diversas características podem determinar o fim desse produto. A formação dos jornalistas, a estrutura organizacional do local, o tempo de conteúdo disponível na grade da emissora, a disputa pela audiência e a quantidade de profissionais na equipe técnica e jornalistas são aspectos que alteram o resultado do produto entregue.

Ponto também que é importante refletirmos a respeito das imposições que empresas fazem sobre seus funcionários, as rotinas produtivas muitas vezes estão acima da vontade do profissional. Muitas vezes a teoria – que seria o ideal – não é aplicada no mercado de trabalho em que a hierarquia não compete realizar mudanças e propor ideias que fariam uma transformação na produção e impactaria a quem assiste. É um dos desafios que um jornalista precisa enfrentar. Considerando a própria origem do telejornalismo no Brasil em que foi financiada pela publicidade e estimulada pela lógica do mercado para se alcançar um nível alto de audiência, o processo de abordagem do JMD não visa à construção de uma cidadania com senso crítico em que envolve matérias com análises, contextualizações e debates.

Ressaltamos que o trabalho sobre o tema não visou esgotar todas as questões que transpassa a dramatização no telejornalismo. Existem diversos enfoques que ainda não foram abordados, tendo em vista que até o início desta proposta de pesquisa foram encontrados poucos trabalhos sobre o referido telejornal tratado aqui. Esperamos que cada vez mais ocorram materiais acadêmicos que visem à melhoria da qualidade de informação de um telejornalismo local em prol de uma sociedade mais bem informada, crítica e exigente.

Referências

ALVES, Fabiana; SEBRIAN, Raphael. **JORNALISMO HUMANIZADO: O Ser Humano Como Ponto de Partida e de Chegada do Fazer Jornalístico**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0540-1.pdf>>. Acesso em: 14 abr. de 2021.

AMORIM, Lidiane Ramirez de. **(Tele)jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf>>.

ANDRADE, Ana Paula Goulart de; AZEVEDO, Santo Tôrres. **Imagens Cedidas e a Narrativa Jornalística na TV: o Telejornalismo Apócrifo e a Dupla Performance**.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (Universidade Federal do Maranhão, São Luís), novembro de 2010. Disponível em <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/13028319/imagens-cedidas-ea-narrativa-jornalistica-na-tv-sbpjor>>. Acesso em: 22 Abr. de 2021.

ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

BARDIN, LAURENCE . **Análise de Conteúdo**. Edições 70. Lisboa, 1977
BECKER, Beatriz. **Jornalismo audiovisual de qualidade**: um conceito em construção. Estudos em Jornalismo e Mídia - Ano VI - n. 2 . p. 95 - 11 jul./dez. 2009. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2009v6n2p95>.

BECKER, Beatriz; MATEUS, Lara. **O melhor telejornal do mundo**: um exercício televisual. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica Florianópolis: Editora Insular, 2010. P.127-156.

BIOGRAFIA De João Alves de Queiroz Filho. Suno, São Paulo. **Tudo sobre bilionários**. Disponível em <<https://www.suno.com.br/tudo-sobre/joao-alves-de-queiroz-filho/>>. Acesso em: 22 Abr. de 2021.

BONAMIGO, Salete Irme. **Violências e contemporaneidade**. Rev. katálysis v.11 n.2 Florianópolis jul./dez. 2008. Disponível em <<https://doi.org/10.1590/S1414-49802008000200006>>. Acesso em: 22 Abr. de 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997. Acesso em: 3 Abr. de 2021.

DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003. Disponível em <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em: 29 Mar. de 2021.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005. 384 pág. Acesso em: 22 Abr. de 2021.

GUERRA, Josenildo. **Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao Jornalismo**: possibilidades e diretrizes. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.13, n.3, set./dez. 2010. Disponível em <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/470>>. Acesso em: 19 Jun. de 2021.

JORDANA, Mayara Sousa Santana. **TELEJORNALISMO E EDUCAÇÃO**: um estudo a partir da análise de telejornais goianos. Monografia, UFG. 2016. Disponível em <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/76/o/Mayara_Jordana.pdf>.

LAGE, Nilson. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, vol.1, n.1, p.20-25, Jan-Jul, 2014. Disponível em <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5257545>>. Acesso em: 19 Mar. De 2021.

LIMA, Fernanda Ribeiro de. **APANHANDO DUAS VEZES: Aspectos Relacionados à Cidadania das Mulheres Vítimas de Violência nos Telejornais Locais.** Mestrado, UFG. 2014. Disponível em <<https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/3812>>. Acesso em: 22 Jun. de 2021.

MELLO, Gabriel Lisboa de; LIMA, Fernanda Ribeiro de. **Telejornalismo Online: O Impacto da Internet nas Notícias Televisivas Locais.** XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Goiânia - GO – 22 a 24/05/2019. Disponível em <<https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0342-1.pdf>>. Acesso em: 9 Jun. de 2021.

MORAES, Adriana; TEMER, Ana Carolina Pessoa; COELHO, Bernadete. **Participação popular e os valores notícia no telejornalismo: interação e cidadania.** SBPjor, 2013. Disponível em <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/541/496>>. Acesso em: 20 Abr. de 2021.

PAIVA, Raquel. **Jornalismo comunitário: uma reinterpretação da mídia (pela construção de um jornalismo pragmático e não dogmático).** Narrativas Midiáticas. Revista FAMECOS. 2006. Disponível em <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3376>>. Acesso em: 23 Jun. de 2021.

PATRIOTAS, Canal. **Jornalismo - Jornalismo Sensacionalista.** Youtube. 2019. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=3F1TP6IpOIM>>. Acesso em: 23 Jun. de 2021.

PINTO, Ivonete. A dramatização no telejornalismo. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 7, nov 1997. Disponível em <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/2991>>. Acesso em: 23 Jun. de 2021.

ROMERO, Vilson Antonio. **Luz vermelha para a imprensa marrom.** 25 Jul. de 2011, ed. 652. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/luz_vermelha_para_a_imprensa_marrom>. Acesso em: 22 Jun. de 2021.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo.** Florianópolis: Combook, 2011. Disponível em <https://faculdadeparque.edu.br/ebooks/Fontes_noticias.pdf>. Acesso em: 25 Abr. de 2021.

SODRÉ, Muniz. **Sociedade, Mídia e Violência.** Porto Alegre, Sulina: Edipucrs 2002. 2ª ed. 2006. 110p. (Coleção Comunicação 22).
SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do Grotesco.** Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2002.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal.** In: 60 anos de telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica Florianópolis: Editora Insular, 2010. P.101-126.

TEMER, Ana Carolina Pessoa; RIBEIRO, Fernanda; SIMÃO, Núbia da Cunha.

Jornalismo, Cidadania e sensacionalismo na TV goiana:

Uma análise sobre a veiculação de informações sobre violência e gênero. ALAIC, Peru, 2014. Disponível em <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/10/vGT16-Temer-Riveiro-Simao.pdf>>. Acesso em: 29 Mai. De 2021.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Sensacionalismo sem sangue** - uma análise do telejornalismo ao vivo. Núcleo de Pesquisa Comunicação Audiovisual do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom Núcleo de Pesquisa Comunicação Audiovisual. Uberlândia, 2005. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/10897893154537309696504023412826729759.pdf>>. Acesso em: 17 Mai. de 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo:** A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: insular, 2005. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf>. Acesso em: 22 Mar. de 2021.

TV FACHA, Web. **Programa de Jornalismo - Espetacularização da notícia (Parte 3)** WEB TV FACHA. Youtube. 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=nmcFJFuNirk>>. Acesso em: 10 Jun. de 2021.
TV SERRA DOURADA. Tv Serra Dourada, c2021. **Quem Somos.** Disponível em <<https://tvsd.com.br/institucional/>> Acesso em: 23 Abr. de 2021. 60

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso. **O telejornalismo:** o lugar de referências e a revolução das fontes. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica Florianópolis: Editora Insular, 2010. P. 83-99.