



## **Notícias em pauta: a relação espaço-temporal da informação na prática telejornalística<sup>1</sup>**

Mayra Fernanda FERREIRA<sup>2</sup>  
Universidade Estadual Paulista – Unesp

### **RESUMO**

O telejornalismo é uma prática cotidiana que está presente nos lares brasileiros, noticiando fatos que se referem a aspectos direta ou indiretamente relacionados à vida dos telespectadores. Devido a isso, este trabalho visa pontuar o que é notícia nos telejornais do País, de modo a particularizar as pautas, as fontes de informação e as formas de distribuição, considerando a relação espaço-temporal dos acontecimentos, além da produção e da recepção dos telejornais. A partir de exemplos, objetiva-se caracterizar como as pautas repercutem em nível local, nacional e internacional, dialogando com a linha-editorial e o público-alvo dos produtos telejornalísticos.

**PALAVRAS-CHAVE:** telejornalismo; critérios de noticiabilidade; repercussão de pautas; local; internacional.

### **Introdução**

Em um mundo globalizado, a circulação de informações é cada vez mais veloz e instantânea, ao mesmo tempo em se diminuem as relações espaciais. A geografia não é mais entrave para que um fato vire notícia no momento em que acontece. Desde o século XIX, as agências de notícias atuam para garantir a distribuição de informações, de modo que o global se faça presente em diferentes países. No entanto, a questão cultural e o interesse dos receptores desses conteúdos são pontos fundamentais quando se pensa em fazer um jornalismo de qualidade.

Quando se fala em telejornalismo, o poder da imagem e a força dos personagens das narrativas podem promover identificação entre os telespectadores e os protagonistas que podem estar do outro lado do mundo. Com o objetivo de que essa identificação esteja concatenada de alguma forma a um aspecto nacional e até mesmo local, a figura dos correspondentes merece ser discutida. Devido a isso, é necessário balizar o espaço dado dentro do jornalismo internacional às agências, aos correspondentes e, na atual

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Mayra Fernanda Ferreira. Professora Substituta de Telejornalismo no Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp em Bauru desde 2011. Mestre em Comunicação pela Unesp (2009) e Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Unesp (2006). Jornalista da Televisão Universitária Unesp. E-mail: mayraunesp@yahoo.com.br



conjuntura digital, aos receptores que produzem conteúdos e os compartilham, sendo muitas vezes a primeira fonte de informação noticiosa.

Aliado ao exercício do telejornalismo internacional, na prática dentro de um mesmo território observa-se a necessidade do nacional refletir o local e até mesmo o processo inverso. Tudo em prol de uma possível noticiabilidade que atenda aos interesses dos órgãos produtores de notícias e dos telespectadores que buscam, além do processo informativo, identificar-se com o fato noticiado. O interesse e o impacto da notícia tornam-se, então, os critérios mais válidos na discussão da noticiabilidade em dado telejornal e de sua repercussão em produtos correlatos que integram a grade de programação de outras emissoras de televisão.

Na tentativa de discutir o exposto acima, neste trabalho, selecionamos alguns fatos de repercussão em mídias locais, nacionais e internacionais de modo a relacionar com outras reportagens exibidas em telejornais que têm a mesma pauta como base do conteúdo produzido e veiculado, independentemente de sua marcação temporal e espacial. A partir dos exemplos, será possível demonstrar como é possível repercutir pautas a fim de criar identidade entre os assuntos e os diferentes segmentos de público, além de ser uma forma de fazer parte do agendamento social que persegue historicamente o jornalismo e seus produtos.

### **Noticiar: o quê e pra quem**

Entendendo a noticiabilidade como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos” (WOLF, 1999, p. 195), ao discutir as pautas nos telejornais é importante compreender os critérios que tornam um dado acontecimento em fato noticiável e noticiado. Nessa perspectiva, adotamos os valores-notícia como os critérios que determinam a relevância de um assunto para que ele ganhe dimensão local, nacional e/ou internacional em nossos telejornais. Vale ressaltar que esses valores se fazem presentes durante toda a etapa produtiva e não apenas no momento da pauta; estão incluídos nas rotinas produtivas dos telejornais.

[os valores-notícia] funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores-notícia são, portanto, regras práticas



que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais. (GOLDING apud WOLF, 1999, p. 196)

Durante esse processo produtivo, cinco critérios se consolidam para a discussão dentro das redações sobre as notícias que vão compor seu produto diário. São eles, conforme pontua Wolf (1999): substantivos – relativos ao conteúdo; relativos ao produto; relativos ao meio; relativos ao público; e, relativos à concorrência. O primeiro critério diz respeito à importância do acontecimento e ao interesse da notícia. É a partir dele que se elencam quem está envolvido no fato, qual a relevância para o público e qual o impacto de dado acontecimento, identificando sua significação para o contexto cultural do público e sua proximidade geográfica e cultural.

As notícias são culturalmente próximas, se se referem a acontecimentos que entram na esfera normal de experiência dos jornalistas e do público, os que implicam uma esfera partilhada de linguagem e pressupostos culturais comuns [...]. A proximidade geográfica refere-se simplesmente à prática da prioridade das notícias internas e que estão à disposição, em relação às notícias externas, de acordo com a sua proximidade em relação ao público. (GOLDING apud WOLF, 1999, p. 203)

Nesse contexto da proximidade, podemos discutir a repercussão das pautas do âmbito local para o nacional e, até mesmo, internacional, e vice-versa. Discussão essa que faremos adiante neste trabalho.

Dando continuidade aos valores-notícia, cabe destacar aqueles relativos ao produto, neste caso, em particular, os telejornais. Segundo a categorização de Wolf (1999), a brevidade, a ideologia da informação, a atualidade, a concorrência, a qualidade da história e o equilíbrio são elementos que tornam um fato noticiável, principalmente em um telejornal diário que a cada 24 horas se refaz para garantir a audiência, fornecendo um cardápio noticioso a ela. Cardápio que está concatenado ao que valores relativos ao meio, a televisão. A apresentação na notícia, na maioria dos casos pelo formato tradicionalmente reconhecido como reportagem (*off*, sonora, passagem), além da estrutura dos telejornais (escalada, passagem de bloco, cabeças e notas), é o que auxilia na caracterização de um fato para ser notícia em um telejornal, já que a relação texto e imagem é fundamental. “O texto verbal é tão essencial como as imagens, porque, muitas vezes, é ele que contém a verdadeira notícia [...] É indubitável que a informação televisiva é dominada pelas imagens filmadas, mas estas são



escolhidas depois de terem sido aplicados os critérios substantivos” (GANS apud WOLF, 1999, p. 210-211).

Complementando esses critérios, os relativos ao público se referem à imagem que os jornalistas têm do público, ou seja, eles elegeм fatos com os quais acreditam que haverá uma identificação da audiência. E, por último, a concorrência também exerce um papel na escolha das notícias, seja em busca do furo, da exclusividade ou meramente para garantir um certo padrão do que será noticiado.

Diante dessa breve explanação dos valores-notícia, é possível fazermos a correlação com alguns acontecimentos da mídia brasileira e internacional para que se entenda em parte a rotina produtiva do fazer telejornalístico, mas principalmente que se possa discutir como as pautas ganham notoriedade e dimensão dependendo da abordagem e do público pretendido.

### **Pautas: de onde para onde**

Como já pontuamos, o objetivo deste trabalho é analisar alguns exemplos que demonstram como as pautas em telejornalismo se ampliam, modificam e expandem o seu *locus* de abrangência devido aos critérios de noticiabilidade, principalmente ao que se refere à proximidade cultural, ou seja, o que motiva uma identificação do público com o fato em pauta.

Para Luciana Bistane e Luciane Bacellar (2005), quando um assunto é local, não vale rede, não repercute em nível nacional. Ele é notícia para um público segmentado. Porém, se algo localizado refletir a realidade brasileira, fazendo com que o público geral se identifique, é rede. Na mídia recente, em âmbito local, na cidade de Bauru – interior de SP, o caso do advogado bauruense Sandro Fernandes, acusado de pedofilia ao ter abuso de parentes, entre eles os próprios filhos, foi veiculado também em telejornais nacionais não pela notoriedade da pessoa envolvida, já que o advogado era uma pessoa conhecida localmente, mas pelo tema em si, o abuso de menores. É o interesse da notícia que torna o fato de repercussão nacional. No entanto, como a mídia nacional não acompanhou o fato em suas nuances, trazer uma reportagem sem uma contextualização adequada leva a informações controversas e superficiais, como observamos em uma edição do telejornal da Rede Record, “Fala Brasil”, que ao noticiar a liberdade provisória do advogado trouxe imagens da filha e da esposa do advogado sem



contextualizá-las, o que gera um clima de comoção maior que o já gerado pela polêmica do fato em si.

Uma repercussão nacional de outro fato local de Bauru foi a excomunhão do Padre Beto, ao alegarem que ele discursava contra os dogmas da Igreja Católica por discutir bissexualidade, traição, entre outros temas que ainda são vistos como tabu pela comunidade católica. A mídia local explorou em seus telejornais a figura do padre que já era conhecido pelo seu carisma e pelos discursos polêmicos e trouxe enquanto fato novo o processo de retratação solicitado pelo bispo da cidade e, conseqüentemente, a excomunhão. Durante quase uma semana, foram noticiados todos os fatos que envolviam e até mesmo duelavam duas forças: a do padre popular e a da Igreja. Quando o “inusitado” (leia-se excomunhão) foi divulgado, a mídia nacional se interessou pelo tema e solicitaram materiais para emissoras locais, como foi o caso da TV Futura e do Canal Futura, ao utilizarem conteúdo da TV Unesp em seus telejornais. O mesmo fato trouxe à cidade de Bauru uma equipe do programa “Fantástico” para mostrar quem era o padre que enfrentou/ofendeu a Igreja e seus votos, sem fazer uma contextualização ampla dos antecedentes do novo acontecimento.

Esses dois exemplos demonstram a necessidade de se ter um pano de fundo para que “personagens” locais conquistem tempo dos produtos audiovisuais de circulação nacional. A repercussão local → nacional se torna válida na medida em que não promove a visibilidade de algo ou alguém, mas quando discute questões locais que são temas de abrangência nacional e que em certa medida interferem em questões socioculturais, como a pedofilia e a excomunhão.

Tragédias sociais, como a de Realengo no Rio de Janeiro e a de Santa Maria no Rio Grande Sul, foram temas de repercussão nacional, tanto que os telejornais de maior audiência do País foram ancorados dos respectivos locais para aproximar apresentadores, públicos e vítimas diretas e indiretas. No primeiro caso, o assassinato de 11 crianças sensibiliza a audiência, acompanhado da cobertura *in loco* da tragédia, destacando a fragilidade da segurança em escolas. Tema que foi aprofundado em pautas de telejornais locais, que acompanharam as políticas de segurança das escolas devido ao envolvimento de pais e alunos no tema. Um aprofundamento que ultrapassa o factual, que satisfaz a curiosidade do público, mas que promove uma identificação local necessária e condizente com a prática de um jornalismo de interesse público, mesmo que esteja direcionado a um público segmentado.



O mesmo foi observado na tragédia de Santa Maria e a morte de 241 pessoas devido ao incêndio em uma casa noturna. Foram locais como o da tragédia que foram alvo de novas pautas para investigar a segurança, a fiscalização e as condições de funcionamento de casas noturnas em diversas cidades do Brasil. Equipes de reportagem de TV acompanharam a defesa civil e o corpo de bombeiros em suas operações para interditar ou liberar boates e, assim, tranquilizar pais que já estavam em identificação com as familiares das vítimas do sul do País.

Esses ganchos para ampliar a abordagem em relação ao factual são imprescindíveis para que os veículos se insiram na ordem de pauta do dia, já que o público tinha acesso a informações quase em tempo real pela *web* e suas redes sociais. Dessa forma, é papel dos telejornais não apenas “suitar”<sup>3</sup> os assuntos e cumprir o agendamento de mídia, mas ir além do fato, na repercussão de assuntos correlatos e que independentemente da proximidade geográfica ou não interferem no cotidiano social de um novo público, menos segmentado. De acordo com Coutinho (2008), a repercussão desses factuais é necessária devido à agenda do jornalismo na época, ao mesmo tempo em que o impacto nos telespectadores exige dos meios um comprometimento com o tema de modo que as pessoas se identifiquem com o conteúdo veiculado.

Apesar de cada telejornal, como nos exemplos de tragédias citadas acima, focar sua pauta no local, a recuperação do tema nacional estava presente e por vezes de modo redundante. Buscar uma abordagem diferenciada fica a cargo de cada profissional e veículo, porém a rotina produtiva, principalmente ao que se refere ao tempo, limita essa possibilidade de reflexão e até de aprofundamento. Nesse sentido, continua havendo uma repercussão de pauta semelhante nos veículos, como se os ganchos também fossem compartilhados, sem nenhuma particularização dos meios.

No caso de fatos internacionais a serem noticiados no Brasil o desafio do telejornalismo é ainda maior. Não bastam imagens e informações de agências de notícias e dos correspondentes, é necessário localizar/ nacionalizar a pauta para que além do imaginário internacional se reconheçam elementos que dialogam com uma cidade, uma parte da população e um outro fato brasileiro. Um exemplo de 2011 que ilustra essa relação internacional → nacional → local foi o acidente nuclear de Fukushima no Japão.

---

<sup>3</sup> “Suitar” é um jargão utilizado nas redações de jornalismo, referindo à suíte de uma notícia já veiculada. Do francês *suíte*, que significa sequência, a suíte no jornalismo é a continuidade de cobertura de um determinado fato ou acontecimento. Desse modo, “suitar” é a produção de um conteúdo que remeta a um caso, trazendo uma nova informação, mais factual na maioria das vezes.



## **Jornalismo glocal: agências e correspondentes**

Para pontuar o caso exemplificado acima, vale ressaltar que as primeiras imagens que chegaram às casas dos telespectadores brasileiros eram fruto do “amadorismo” de quem vivenciou a situação do tsunami e compartilhou na *web*. Os moradores locais no Japão foram as primeiras fontes de imagens para os telejornais no Brasil, até que os correspondentes (no caso, apenas o Roberto Kovalick da Rede Globo de Televisão) pudesse entrar ao vivo com informações “abrasileiradas” sobre o caso e também produzisse reportagens a serem veiculadas nos jornais da Globo, com o apoio das agências de notícias que compartilharam suas informações com todo o mundo e seus diferentes veículos.

As agências de notícias são os jornais dos jornais, do rádio e da televisão, e de outros assinantes, a quem fornecem informações de todos os tipos, por atacado e a baixo preço. Dispõem para tanto, de amplo sistema de comunicações e de sucursais e correspondentes que recolhem, elaboram e difundem o material. (AMARAL, 1982, p. 159)

[o papel do correspondente hoje] é exatamente dar a visão do seu país de origem. Somos os olhos dos brasileiros aqui fora. As notícias divulgadas pelas agências não têm essa dimensão. Se você assistir reportagens sobre o mesmo assunto, uma feita por um correspondente e outra amarrada com imagens de agências verá a diferença. A feita com material de agência sempre será fria e distante. A feita por um correspondente – mesmo que use, em parte, material de agência – será mais quente, terá a preocupação de mostrar o que ela significa e o que importa para o telespectador. (KOVALICK apud SOARES, 2007, p. 53)

Nos telejornais, somaram-se às imagens das agências *offs* de repórteres/correspondentes (retomaremos o papel dos correspondentes mais adiante neste trabalho) e apresentadores que visavam garantir a factualidade do caso. Segundo Natali (2011), a concentração de imagens em poucas empresas de agências de notícias (no Japão, destaca-se a *Kyodo* e a emissora *NHK*) representa uma produção e difusão homogêneas no plano global, desprovidas de diferenciais nacionais ou de pluralidade de enfoque.

No entanto, a diferença espacial e essa “homogeneização” não foram impedimentos para algumas reportagens que buscaram uma correlação com a realidade nacional/local. O caso Césio 137 de 1987 em Goiânia foi retomado em telejornais de



modo a comparar a tragédia de Fukushima com o considerado maior acidente nuclear brasileiro. Embora a proporção dos acidentes tenham sido diferentes, a comparação foi inevitável de modo a aproximar a notícia internacional dos telespectadores brasileiros. Personagens goianos voltaram às reportagens para dar depoimentos que ecoavam um discurso semelhante aos dos japoneses que viviam naquele instante a tragédia. Da mesma forma, veículos de comunicação foram em busca de colônias japonesas no País e parentes de prováveis vítimas para aumentar essa identificação e possibilitar a repercussão da pauta em nível local, como foi o caso no telejornal da TV TEM Bauru – afiliada da Rede Globo, que fez um link em um dos seus telejornais direto da cidade de Bastos, onde vive uma das maiores comunidades japonesas do interior de São Paulo.

Essa prática telejornalística pode ser nomeada de glocal, já que importamos o mundo para uma realidade particular, mantendo esse diálogo nas pautas e reportagens veiculadas. Um possível problema advindo dessa “adaptação” é a falta de aprofundamento e a superficialidade, tão críticas na televisão e nos telejornais desde os primórdios do meio. Diante de fatos de grande dimensão e alcance, como as tragédias exemplificadas ao longo do trabalho, cabe ao jornalista rever o processo produtivo e não apenas continuar se pautando pelo que está “desesperadamente” sendo tido, lido e falado nos meios de comunicação. No caso de Fukushima, por exemplo, muito além de um paralelo com o acidente do Césio 137, valeria “suitar” o caso e rediscutir radioatividade, benefícios e maléficis de usinas nucleares, retomar a construção e operação das usinas brasileiras e sua utilidade para o País. Esse aprofundamento dá trabalho e exige investimento de uma equipe de TV, sem a garantia de que a reportagem estará finalizada para entrar no ar no dia ou nem mesmo na semana em que o assunto de agendamento midiático é o acidente no Japão.

Refletir sobre as rotinas produtivas dos telejornais em casos de cobertura internacional é falar dos correspondentes. Segundo Borrat (apud SOARES, 2007, p. 44), “o correspondente é o típico habitante da diáspora jornalística, destinado a trabalhar em um dos lugares onde o jornal concentra esforços informativos”. Nesse sentido, quando um país possui um correspondente brasileiro significa que fatos daquela localidade refletem o interesse, no mínimo, da linha editorial do veículo e do público almejado. Um notável exemplo é a presença há mais de 20 anos da correspondente da Rede Globo Ilze Scamparini na Itália, mais notadamente para os assuntos relacionados ao Vaticano. Como sede política e cultural da Igreja Católica, que ainda possui um número de fiéis





expressivos e que interfere na agenda de pautas de telejornais de todo o mundo, “nossa” correspondente é o elo que mantemos indiretamente com o Papa e suas decisões.

Diante disso, no dia da renúncia do Papa Bento XVI, o Jornal Nacional não teve a presença ao vivo e *in loco* da correspondente. O motivo? Ilze estava em férias no Brasil, o que foi anunciado ao vivo pelos apresentadores Heraldo Pereira e Alexandre Garcia. A reportagem do dia da renúncia e a entrada ao vivo foram feitas pelo enviado especial ao Vaticano e atual correspondente em Londres, Marcos Losekann. Apesar da presença de um brasileiro para assegurar a brasilidade e a factualidade da renúncia, a ausência de Ilze foi sentida e já revertida com uma reportagem feita com imagens de arquivo e uma passagem da correspondente em frente a uma igreja no Rio de Janeiro. Cabe questionar se havia necessidade de a Ilze, em férias, fazer esse VT. A resposta é sim, ao consideramos sua representatividade junto ao público quando se fala de papa e assuntos católicos direto de Roma. Reconhecendo essa identificação com um de seus profissionais e por que não o próprio envolvimento profissional da jornalista, Ilze embarcou no mesmo dia para Roma e na edição do dia seguinte emplacou um VT no Jornal Nacional, já com entrevistas/sonoras e passagem direto da Praça de São Pedro. Esse VT indo ao ar pôde ser sentido como um alívio da própria Globo em fazer uma cobertura mais aprofundada devido ao conhecimento e relações da correspondente e também um certo conforto por parte dos telespectadores que já confiam naquela jornalista para os representarem em assuntos como o noticiado na época. E o noticiado era complementado com reportagens de repercussão dos católicos de todo o mundo com a colaboração dos outros correspondentes da Rede Globo e também de seus repórteres no Brasil, já que o fato não era uma mera notícia internacional.

Os dois casos internacionais apontados neste trabalho demonstram a articulação das mídias nacionais e até mesmo locais em garantir sua presença no assunto em pauta no mundo. A repercussão factual se avoluma com as informações advindas das agências de notícias e se diferencia com os correspondentes. Contudo, é preciso ponderação quando usamos esses “instrumentos” jornalísticos para que os produtos telejornalísticos não fiquem reféns da pauta internacional e de uma obrigação de sempre nacionalizá-la. A pauta internacional deveria merecer destaque se impactasse (um critério substantivo de valor-notícia) na realidade dos brasileiros. Só estar nas rodas de conversa porque alguém leu um fato em um webjornal, portal ou redes sociais não é justificativa para que os telejornais concentrem forças de produção, alterando sua rotina, para cumprir uma



reportagem ou uma nota coberta sobre um assunto que no dia seguinte não interfere em quase nada no telespectador.

### **Considerações: pautas em desafio**

Face aos exemplos, as indagações e as interpretações feitas neste trabalho, a repercussão de pautas é algo concreto em nossos telejornais em âmbito internacional, nacional e local. O ponto em questão e desafiador é como se apropriar de uma pauta que *a priori* pode parecer estar distante, inclusive geograficamente, da linha editorial do veículo e principalmente de seu público. Não há fórmulas, há sim formatos já consagrados que continuam em uso, como o papel das agências de notícias e o dos correspondentes. Extinguir esses formatos não parece a melhor saída. O viável seria tentar construir novas abordagens para que um assunto internacional, por exemplo, fosse redimensionado do meramente factual para uma contextualização, uma particularidade nacional/local e, assim, pudesse de fato significar uma pauta de interesse de dado público e de determinado veículo. Para isso, o primeiro passo é o prolongamento das reuniões de pauta e do tempo de produção de um VT para que, ao menos, fosse possível a discussão de enfoques, fontes, personagens e construção de narrativas.

Outro desafio que se planta é fazer jornalismo em meio ao suposto jornalismo das redes sociais e da participação do público na produção e difusão de informações. É inevitável que o público auxilia na construção de material jornalístico, como pontuamos no acidente de Fukushima, mas o papel do jornalista enquanto mediador e até mesmo *gatekeeper* das informações continua essencial. Em tempo, mais um exemplo: o “sucesso” “Cala Boca Galvão”, da Copa do Mundo de 2010, tornou-se notícia na medida em que jornais internacionais acreditaram na piada brasileira iniciada no *twitter* em relação ao locutor de futebol Galvão Bueno, que foi vendida como uma campanha de preservação de uma espécie de papagaio brasileiro. A repercussão do “Cala Boca” em veículos jornalísticos, incluindo a própria Rede Globo, era necessário. Por quê? Uma demanda do público e da concorrência internacional. No entanto, o objetivo era apresentar o fato e não esclarecer, problematizar e, até mesmo, desmentir o “golpe” dos *twitteiros* brasileiros. Nesse caso, não houve mediação, houve uma aceitação e simples divulgação de um fato que com a mesma velocidade que surgiu nas redes sociais desapareceu.



Mais uma vez é a falta de problematização que atinge o jornalismo no País. No caso do telejornalismo, problematizar com imagens e sonoras teria um impacto significativo. Agregar ao material das agências a visão dos correspondentes é fundamental em grande escala para que a proximidade e a identificação continuem como valores-notícia de nossas pautas. Porém, para promover essa aproximação e um certo reconhecimento público- jornalista- fato, a discussão dentro da redação, antes mesmo de qualquer produção, ainda no nível da apuração, torna-se a melhor e mais cabível fórmula. O processo no discurso aqui iniciado parece simples, mas só a prática poderá nos dizer se é possível.

Sendo assim, os exemplos e as reflexões aqui feitas são um ponto de partida para reconhecermos que, apesar dos telejornais em estruturas clássicas, a tendência de desfragmentação do tempo e do espaço também reflete nas notícias que estão em pauta, repercutindo. Em busca de um jornalismo de qualidade, é tarefa dos profissionais se adaptar a esse cenário, o que exige novas rotinas produtivas, novos exercícios/ técnicas de como se fazer uma reportagem e de como veiculá-la, sem ignorar que hoje, mais que antes, o telespectador está e quer ser parte do processo.

## Referências

- AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 3. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1972.
- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de Telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2005.
- COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 91-107.
- NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- SOARES, Maíra Valadares. **Jornalismo Internacional em debate**: agências x correspondentes. 77f. Monografia (Graduação em Jornalismo). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Unesp. Bauru, São Paulo, 2007.
- TOURINHO, C. A. M. **Inovação no telejornalismo**. O que você vai ver a seguir. Vitória: Espaço Livros Editora, 2009.



VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5 ed. Lisboa: Presença, 1999.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. 4. ed. Tradução de Julia Aidar. São Paulo: Roca, 2006.