

O Processo Produtivo da Notícia na TV¹

Thaís de ALMEIDA²

Nadja Maria HARTMANN³

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

RESUMO

Com poder e prestígio a TV desperta o interesse da comunidade para os fatos que acontecem em âmbito local, regional e nacional. Tais fatos se dissolvem na sociedade por meio das notícias exibidas nos telejornais. Através de texto e imagens, a notícia na televisão é o que acontece em tempo presente e interessa ao público. Por conta disso, o ritmo da produção das notícias na televisão é intenso e acelerado. Considerando-se a hipótese que existe falta de tempo para a produção de notícias, o que se pretende neste artigo é entender os processos produtivos no jornalismo de televisão com definições teóricas para ajudar na compreensão de como funciona o processo de produção de notícias em televisão.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; telejornal; produção; notícias; *newsmaking*.

A Notícia Na TV

A notícia é a informação que interessa ao público e representa um serviço para a sociedade. Ela nasce de um acontecimento que causa interesse em um grande número de pessoas. O interesse do público pelo fato noticiado depende do impacto que ele causa na vida das pessoas, no caso da televisão, na vida do telespectador. Para Olga Curado (2002)

A notícia é a informação que tem relevância para o público. [...] revela como determinados fatos se passaram, identifica personagens, localiza geograficamente onde ocorreram ou ainda estão acontecendo, descreve suas circunstâncias, e os situa, num contexto histórico para dar-lhes perspectiva e noção de sua amplitude e dos seus significados. [...] Fundamentalmente, a notícia é a informação a serviço do público (CURADO, 2002, p.16).

¹ Trabalho inscrito para apresentação no IJ 01 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Bacharel em Jornalismo, Curso de Jornalismo da UPF/RS, email: thys.almeida@hotmail.com.

³ Orientadora do Trabalho. Professora Mestre no Curso de Jornalismo da UPF/RS, email: nhartmann@upf.br.

A autora considera a televisão o meio de comunicação mais importante entre o público. É através do telejornal que os telespectadores se informam. Segundo Curado, (2002, p. 17) “a televisão é referência única de grande parte da população que se atualiza pelos seus noticiosos. O telejornal, programa de notícia ou o noticiário está no ar com a missão de oferecer esclarecimentos sobre os fatos”.

Todos os dias milhares de fatos acontecem e chegam até as pessoas pelos noticiários o que torna o telejornal primordial para o público. Squirra (1995, p. 48) afirma que “o público da televisão está aberto às informações e ao processo de comunicação das informações”. Na população brasileira a TV é o meio de comunicação líder em entretenimento e informações.

Klein (2013) traz a colocação de Beatriz Becker (2006) sobre a construção das notícias na televisão: “As notícias de televisão ‘ocupam lugares estratégicos na programação das redes e também nos discursos midiáticos contemporâneos”’. Para Klein (2013) as notícias na TV

[...] embora sejam a principal fonte de informação de grande parte da população, ainda não possuem o mesmo destaque como objeto de investigação. As notícias ou reportagens de televisão, do ponto de vista da produção, são o resultado da construção de imagens e de texto.” (KLEIN, 2013, p. 20).

As Características da Notícia na TV

O fato é o mesmo, mas quando vira notícia é apresentado de acordo com as características de cada meio de comunicação. Tratando-se da televisão, Soares e Oliveira (2007) apresentam através do ponto de vista de Murad (2002), algumas particularidades da notícia nesse meio como: a quantidade de notícias apresentadas e as diferenças na sua estrutura. Na TV a agilidade é característica essencial da notícia.

[...] na TV o número de notícias é relativamente menor, devido a sua característica primordial, a agilidade. Além da diferença estrutural da notícia publicada nos telejornais, o caráter da agilidade afeta também a interpretação dos fatos. Os noticiários [...] apresentam uma versão que impede a análise através de pontos de vistas diferentes, ao receptor o que

está sendo dito parece ser a verdade absoluta (MURAD, 2002 apud SOARES; OLIVEIRA, 2007, p. 2).

Outra característica da notícia na TV é que o público não pode escolher os fatos que serão noticiados. Para Soares e Oliveira (2007, p. 3), “o que é apresentado nos telejornais é uma escolha exclusiva da equipe envolvida na produção do programa jornalístico. [...] o público pode até pautar alguma discussão, mas, ainda assim é escolha do profissional dar espaço a informação identificada”. Wolf (1987) denomina como *gatekeeper* o responsável pela escolha do que é ou não notícia.

Na televisão as notícias devem ter clareza. Para Vizeu e Jô Mazzarolo (1999 p. 8) “a notícia na televisão é construída para ser entendida na sua totalidade.” Os autores ainda enfatizam que na TV a notícia passa por um processo de edição “[...] submetido ao rígido formato estabelecido pelo noticiário televisivo”.

Outro aspecto observado pelos autores é o número de informações de um telejornal, que é menor do que em outros meios. Conforme Vizeu e Mazzarolo (1999, p. 6), na construção do telejornal há “[...] sempre uma preocupação com o equilíbrio, num todo relativamente coerente e integrado”. Tendo que optar entre notícias, o jornalista está sempre preocupado em fazer boas escolhas para manter a atenção do telespectador.

A pressão comercial pode ser citada como uma condição ligada às notícias de televisão, fazendo com que a TV noticie os fatos com mais ênfase. Para Vizeu e Mazzarolo (1999, p. 9) “essa preocupação leva o jornalismo televisivo a dar uma cobertura desproporcionada a fatos, ou aspectos que são espetaculares e espetacularmente gravados”.

Os autores consideram o imediatismo a principal característica da televisão e do rádio. Os jornais e as revistas, por exemplo, precisam esperar para noticiar um fato por causa de questões técnicas. Para Rezende (2000, p.70) “enquanto o rádio e a televisão podem informar com o máximo de imediatismo, os meios impressos dispõem de tempo e espaços suficientes para mostrar os fatos em seus múltiplos aspectos”.

Outra vantagem é que a TV tem a imagem a seu favor e usa isso como poder de mobilização social. Rezende (2000, p.71) chega a dizer que a imagem “qualifica a TV como o meio de comunicação mais fascinante.” fazendo com que o telespectador crie uma intimidade com o meio.

Ainda de acordo com Rezende (2000), a TV exerce seu papel principal quando mostra ao telespectador, com imagens o fato no momento em que ocorre. O autor cita

Walter Sampaio (1971) quando fala sobre a importância que a televisão tem diante dos outros meios de comunicação

[...] a televisão opera com uma intensidade maior do que qualquer outro veículo, ‘uma relação direta e imediata’ com o vivenciado. Dessa maneira cumpre ao extremo das possibilidades a função referencial própria da narrativa jornalística, ao transportar para casa do telespectador as imagens do acontecimento acompanhadas dos comentários verbais que as esclarecem. (SAMPAIO, 1971 apud REZENDE, 2000, p. 73).

A imagem serve como uma espécie de prova da realidade na televisão. Causa a impressão de que nada pode ser diferente da imagem mostrada. Conforme Morán (1986) citado por Rezende (2000, p. 73) com a imagem “a TV ganha um altíssimo grau de veracidade, de poder referencial”.

O imediatismo e a relação da televisão com a verdade é defendido também por Squirra (1995). O autor se apropria da opinião de Wicker (1981) e diz que “como a televisão é tão imediata e atinge uma audiência tão vasta, com uma eficiência tecnológica surpreendente, ela parece capaz de tudo, inclusive de mostrar a verdade [...]” (WICKER, 1981 apud SQUIRRA, 1995, p.12).

A televisão vive o fato. Para Squirra (1995) a TV é um meio formado com características técnicas que dão a chance do telespectador acompanhar um acontecimento no momento em que ele ocorre ou logo depois.

A televisão é contemporânea ao fato [...]. Em vez de relatar o fato, ela o mostra em toda a sua dimensão. Ela pode, assim, atingir quantidade muito maior de sentidos humanos, já que se utiliza do movimento, da cor, do som e de toda a dramaticidade do acontecimento quase ao mesmo tempo em que ele se deu. [...] a televisão é cômoda, já que ela não exige esforço por parte do telespectador [...] (SQUIRRA, 1995, p.51).

A notícia na TV precisa ser apresentada com clareza, precisão e imparcialidade. Isso ajuda o telespectador a entender o assunto. Conforme Curado (2002, p. 20) “a notícia não deve levar o telespectador a parar por alguns momentos para refletir, tentando compreender o que acaba de ouvir”. A autora enfatiza que o bom entendimento que a televisão deve proporcionar ao telespectador começa na apuração rigorosa das informações. O desafio do jornalista é apresentar uma notícia limpa e verdadeira.

Gêneros e Formatos na Televisão

Para Rezende (2009, p. 2), a categoria telejornalismo pode ser ramificada em Telejornal, Documentário, Reportagens Especiais, Entrevista, Programa de Debates, *Talk Show*, além de Plantão, das Retrospectivas de Fim de ano e dos Espetáculos Midiáticos. Para o autor “o jornalismo está presente em programas híbridos, alternando ocorrências com subcategorias ficcionais, educativas e apresentações artísticas [...]”.

Ainda de acordo com o autor estão ligadas à categoria de Telejornalismo as subcategorias “entrevista, reportagem, programa de debate, documentário e telejornal” (REZENDE, 2009, p. 1). Como esta pesquisa é voltada essencialmente ao telejornalismo a subcategoria telejornal será estudada de forma mais ampla.

Sobre os gêneros e formatos presentes no telejornal, Rezende (2009) chama a atenção, pois “não se podem fixar limites rigorosos entre os gêneros e formatos jornalísticos na TV” (REZENDE, 2009, p. 8). De acordo com o autor, os gêneros opinativos e informativos podem estar relacionados.

Os gêneros opinativos não excluem, por exemplo, o que seria próprio do informativo: o relato objetivo do fato, o dado bruto. Por outro lado, nas matérias informativas a opinião, às vezes quando não explícita, subjaz implicitamente no decorrer de todas as filtragens que compõem o processo de produção jornalística: a elaboração da pauta, a copidescagem, a edição de notícias, a angulação, inconsciente ou não, com que o jornalista vê o acontecimento (REZENDE, 2009, p. 8).

De acordo com Machado (2001), o telejornal é um lugar onde são abordados assuntos a respeito de eventos, é um conjunto de vozes, deste modo “[...] sujeitos falantes diversos se sucedem, se revezam, se contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu discurso com relação aos fatos relatados” (MACHADO, 2001. P. 104).

O telejornal é uma mistura de depoimentos e fontes que estão em constante transformação. Para Machado (2001, p. 110) as informações que estão em um telejornal são um processo aberto, em andamento, ao vivo e “ainda que utilize material pré-gravado ou de arquivo, em geral é ‘fechado’ poucos minutos antes de entrar no ar, ainda com as últimas notícias chegando a redação”.

Se tratando do assunto da reportagem, ainda podem ocorrer outras ramificações. Podem ser assuntos factuais ou matéria fria ou de gaveta. Rezende (2009) denomina factual

para “acontecimentos do dia-a-dia, chamada de matéria quente que requer de divulgação imediata, sob pena de perder a atualidade e necessário impacto sobre o público [...]”. Sobre matéria fria ou de gaveta o autor esclarece que “não necessitam do atributo da atualidade [...] quando produzida para divulgação de dias de poucos acontecimentos” (REZENDE, 2009, p. 12).

Conforme Curado (2002, p. 43), a factual é a cobertura jornalística de um fato que está acontecendo “é o tipo mais simples de pauta, já que se refere a evento que está se desdobrando [...] oferece em poucas palavras sugestões para enfoques de cobertura”.

As pautas produzidas são pré-agendadas. O pauteiro⁴ antecipa as informações pode buscar dados para a reportagem. Para Curado (2002) na produção da pauta não factual, o pauteiro pode marcar antes as gravações e entrevistas além de encontrar personagens para ilustrar a matéria. Em razão disso a autora conclui que a pauta produzida “não é o fato escancarado. A pauta produzida é uma pauta de investigação” (CURADO, 2002, p. 43).

Teoria Organizacional

Na teoria organizacional a notícia é como um produto e as normas da empresa sobrepõem o modo de pensar do jornalista. Essa estrutura intervém “no processo de escolha e seleção das informações [...] e insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização onde trabalha” (PICCININ, 2005, p. 129).

Além disso, liga o profissional com a organização por meio de processos burocráticos, que criam um limite nas escolhas do jornalista. Tais aspectos influenciam no modo de produção das notícias. Para Piccinin (2005) essa teoria explica como as notícias são produzidas, selecionadas e exibidas e ainda

[...] busca fazer uma análise mais ampla do processo de seleção e tratamento da informação, a partir de todo um conjunto de interferências que a notícia sofre desde a pauta até a publicação. Assim avalia-se todo o caminho da notícia via atividade profissional do jornalista (PICCININ, 2005, p. 129).

Para Piccinin (2005, p. 129) “o jornalista sobrepõe as normas da política editorial da organização a qualquer crença pessoal que tenha ou traga consigo”. Sobre o telejornal, objeto de pesquisa neste estudo, a autora chama a atenção para a “importância da cultura

⁴ O pauteiro marca as entrevistas, pede autorização para gravar imagens, levanta dados por telefone, organiza informações e faz um roteiro de trabalho para a equipe de reportagem. Bistane; Bacellar (2008).

profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos na formatação do telejornal”.

Para a autora o jornalista se conforma com a linha editorial do veículo o que faz com que isso ultrapasse a ideologia pessoal. A autora explica que “Breed chama de ‘conformismo’ do profissional com os pontos de vistas da direção da empresa jornalística, e que se tornam mais fortes que suas próprias crenças pessoais” (PICCININ, 2005, p. 129).

Essa cultura se insere de forma subjetiva na vida do profissional. Piccinin (2005, p. 129) chega a dizer que para amenizar esta situação, a empresa se utiliza de critérios e rotinas da produção de notícias para “neutralizar quaisquer críticas e para seguirem rotinas confinadas pelos limites cognitivos da racionalidade”. Em outras palavras, essa rotina incorporada serve como garantia ao jornalista que não deve expor opiniões

[...] a ideia é criar critérios de noticiabilidade para que se possa dar conta de fazer a seleção da informação que chega à redação de acordo com as normas profissionais que incluam essa informação ou não, na categoria notícia, e para que se possa viabilizar o noticiário frente a superabundância de material [...] (PICCININ, 2005, p. 129).

Deste modo, pode-se dizer que quem define como as notícias serão apresentadas, são as organizações e não o jornalista. Isso acontece através da noticiabilidade que para Piccinin (2005, p. 129) trata da “transformação dos acontecimentos em notícias, relacionada não só às influências e relações editoriais, mas também ao que se chama de constrangimentos organizacionais”.

No telejornal essas situações são percebidas de forma clara. Para Piccinin (2005) isso acontece porque “a rotina diária de produção e exibição está submetida a uma série de limitações e operações que, muitas vezes, não têm, nem de longe, relação com a seleção da notícia por sua importância editorial” (PICCININ, 2005, p. 129).

Além disso, na televisão existem fatores específicos da estrutura organizacional que prejudicam mais a seleção. Segundo a autora uma “série de procedimentos operacionais que são determinantes na exibição da matéria e que não tem exatamente a ver com os critérios editoriais [...]” (PICCININ, 2005, p. 130).

Um exemplo dessas limitações é a pressão no fechamento do telejornal que segundo Piccinin (2005, p. 130) delimita um “prazo de entrega das matérias na redação pelas equipes da reportagem que estão na rua – por exemplo, pode definir ou não a entrada da matéria no telejornal”.

Teoria do *Newsmaking*

Ao encontro com a teoria organizacional temos a teoria do *Newsmaking* onde os critérios de importância e noticiabilidade são tratados por Wolf (1987). Para o pesquisador essa teoria trabalha a “cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 1987, p. 167).

Com a produção de informações em grande quantidade Wolf (1987) estuda a cultura profissional e os limites da organização do trabalho.

[...] para os jornalistas a eficiência existe para permitir o rendimento de três recursos de são escassos: o pessoal, o formato e o tempo de produção. Os órgãos de informação têm que ser eficientes na medida em que se espera que forneçam ao público as notícias mais atualizadas em tempos pré-estabelecidos (WOLF, 1987, p.215).

Para o autor existem relações entre as características de um veículo de comunicação e a bagagem cultural do profissional. Essa relação é “absolutamente estreita e vinculativa, o que define precisamente, o conjunto de características que os acontecimentos devem possuir para poderem ser transformados em notícias [...]” (WOLF, 1987, p. 168).

Wolf (1987) denomina essas características como critérios de noticiabilidade, que funcionam como regras, que os assuntos devem seguir para se transformar em notícia. Para o autor o que não se encaixa nestas regras deve ser eliminado. Desta forma os critérios de noticiabilidade são como um

[...] conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas [...] e está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas [...] (WOLF, 1987, p. 168).

Segundo Wolf (1987) os valores relacionados a importância e ao interesse da notícia são

Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação (WOLF, 1987, p. 178).

As rotinas ajudam a administrar e organizar o trabalho e o tempo nas redações. Wolf (1987) chega a dizer que a rotina produtiva aumenta a importância dos valores-notícia. Para o pesquisador existem três fases principais na produção de informações: “a recolha, a seleção e a apresentação” (WOLF, 1987, p. 193).

Para Wolf (1987, p. 215) a recolha de informações é “influenciada pela necessidade de se ter um fluxo e constante e seguro de notícias”. Já a seleção das notícias é a escolha do que vai se tornar notícia ou não e “pode ser comparado a um funil do qual se colocam inúmeros dados de que apenas um número restrito consegue ser filtrado”.

O autor também ressalta que notícias podem ser incluídas de última hora, e que diversas restrições podem controlar essa escolha. A seleção é feita pelo *gatekeeper* que segundo Wolf (1987, p.160) é como um selecionador que bloqueia ou não as notícias.

Para compreender a rotina de trabalho em uma redação de televisão, é importante saber como a equipe profissional é formada e como esses profissionais se organizam. Para Curado (2002, p. 28) o profissional de TV deve saber trabalhar em equipe e conhecer a “correta distribuição de responsabilidades”.

Rezende (2000) traz a colaboração da repórter Sandra Passarinho (1994) que entende a importância do trabalho em equipe na televisão. De acordo com ela “o eu não existe na televisão. O repórter sozinho não faz nada. A reportagem para dar certo precisa do repórter, do cinegrafista, do iluminador e do operador de áudio, a equipe tem que ser a mais entrosada possível” (PASSARINHO, 1994 apud REZENDE, 2000, p. 72).

Curado (2002, p. 28) destaca que “uma redação de qualquer tamanho terá o mesmo conceito estrutural”. A autora apresenta os cargos e funções encontrados em redações de TV: diretor responsável, diretor executivo ou chefe de redação, chefe de reportagem, supervisor de imagens ou chefe de operações, apurador, pauteiro, produtor de pauta, repórter (local, regional, nacional e internacional), repórter cinematográfico, assistente, operador, coordenador de vivo, produtor de campo, editor de texto, produtor editor, editor de arte, editor de imagens, âncora, apresentador, locutor de cabine, coordenador de jornal, câmera de estúdio, diretor de TV, operador de VT, operador de áudio / sonoplasta, assistente de estúdio e operador de caracteres.

Curado (2002, p. 28) lembra que “os cargos e as funções descritos podem ter outros títulos e atribuições ligeiramente diferentes em casa empresa”. Deste modo, alguns cargos e

funções citados anteriormente pela autora serão suprimidos desta pesquisa para serem contemplados no estudo somente os cargos e funções presentes na RBS TV Passo Fundo.

Considerações Finais

Após todos os apontamentos destacados acima, pode-se concluir que o tempo para a produção de um telejornal não é algo mensurável ou até mesmo concreto. Tal constatação diz respeito à hipótese inicial desta pesquisa que considerava uma possível falta de tempo para a produção das notícias.

Conforme afirma Piccinin (2005, p. 129) na televisão “a rotina diária de produção e exibição está submetida a uma série de limitações e operações” que muitas vezes não possibilitam a cobertura de alguns fatos. Podem ser citados como limitações e operações a escala de trabalho, as horas extras realizadas pelos profissionais, a quantidade de mão-de-obra disponível, a quantidade de equipamentos, entre outros.

A equipe experiente de jornalistas, repórteres cinematográficos e editores que trabalha com a produção de telejornal convive com a percepção de que o tempo é um elemento fundamental para a produção de notícias seja ele limitado ou não. Essa percepção da equipe mostra que todos os profissionais envolvidos na produção do jornal televisivo sabem que muitas vezes precisarão trabalhar com um tempo limitado para que tudo seja exibido corretamente aos seus telespectadores. Essa constatação mostra que eles estão adaptados com a política organizacional da emissora para qual trabalham.

A rotina que é considerada “saudável” para os jornalistas é retratada na Teoria Organizacional. Conforme Piccinin (2005, p. 129) isso é uma relação estabelecida com “a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e os processos produtivos na formatação do telejornal”. Em outras palavras, é como se o jornalista se conformasse com a linha editorial do veículo para o qual trabalha, e isso de certa forma acaba por ultrapassar sua ideologia pessoal. Assim, o repórter acha natural conviver com a correria diária do jornalismo de TV.

O *Newsmaking* entende esse processo quando fala que entre o profissional e a empresa existem relações que misturam as características do veículo de comunicação com a bagagem cultural do jornalista.

Constatou-se por meio deste estudo que o tempo não interfere na qualidade das notícias. O tempo só muda o formato das notícias, sem interferir na sua qualidade. A

prioridade é a relevância do assunto, critério que garante a qualidade das notícias apresentadas. Ainda foi possível perceber que quando não há tempo para checar uma informação ela não deve ser veiculada no telejornal.

Tais resultados reforçam o compromisso e os desafios diários que o jornalismo de TV propõe aos profissionais. O presente artigo não tem como objetivo afirmar teorias ou até mesmo impor impressões definitivas sobre o trabalho realizado por jornalistas nas emissoras de televisão.

REFERÊNCIAS

- BISTANE, L; BACELLAR, L. **Jornalismo de TV**. 2. ed. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.
- CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Ed. Alegro, 2002.
- FERREIRA, F. G. **Gêneros jornalísticos no Brasil: estado da arte** - Portal Intercom 2012.
Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1194/1114>
Acesso em 6/fevereiro/2016
- GOMES, I. M.M. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise**. Revista da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação, São Paulo, p. 22, jun 2006.
- KLEIN, O. J. **A notícia em rede: processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão**. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2013.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 2. ed. São Paulo: Ed. Senac, 2001.
- PICCININ, F. **Produção de notícias em dois mundos: O Newsmaking no Telejornalismo Português e Brasileiro** - Portal Revistas Eletrônicas PUC RS 2005.
Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/famecos/article/view/873>
Acesso em 10/janeiro/2016.
- REZENDE, G. J. **Gêneros jornalísticos na Televisão Brasileira** - Portal Intercom 2009.
Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>
Acessado em: 25/fevereiro/2016
- REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial**. São Paulo: Ed. Summus, 2000.
- SOUZA, J. C. A. de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Ed. Summus, 2004.
- SQUIRRA, S. C. M. **Aprender Telejornalismo: Produção e técnica**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.
- VIZEU, A; MAZZAROLO, J. **Telejornalismo: Onde está o Lead?** - Revista Famecos 2008.
Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3051>
Acesso em 17/março/2016.

WOLF, M. **Teorie dele Comunicazioni di Massa**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Ed. Presença, 1987.