



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**MARIA BERNADETH DE OLIVEIRA VASCONCELOS**

**SISTEMA DE AVALIAÇÃO PARA MENSURAR A QUALIDADE DO**  
**TELEJORNALISMO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE APLICADA À TV VERDES**  
**MARES**

**FORTALEZA**

**2024**

MARIA BERNADETH DE OLIVEIRA VASCONCELOS

SISTEMA DE AVALIAÇÃO PARA MENSURAR A QUALIDADE DO  
TELEJORNALISMO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE APLICADA À TV VERDES  
MARES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Comunicação. Linha de pesquisa: Mídias e Práticas Socioculturais. Área de concentração: Ciências Sociais Aplicadas.

Orientador: Prof. Dr. Edgard Patrício de Almeida Filho.

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo (a) autor (a)

- 
- V451s Vasconcelos, Maria Bernadeth de Oliveira.  
Sistema de avaliação para mensurar a qualidade do telejornalismo : uma proposta de análise aplicada à TV Verdes Mares / Maria Bernadeth de Oliveira Vasconcelos. – 2024.  
130 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2024.  
Orientação: Prof. Dr. Edgard Patrício de Almeida Filho.
1. Telejornalismo. 2. Qualidade no telejornalismo. 3. Tv Verdes Mares. I. Título.  
CDD 302.23
-

MARIA BERNADETH DE OLIVEIRA VASCONCELOS

SISTEMA DE AVALIAÇÃO PARA MENSURAR A QUALIDADE DO  
TELEJORNALISMO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE APLICADA À TV VERDES  
MARES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Comunicação. Linha de pesquisa: Mídias e Práticas Socioculturais. Área de concentração: Ciências Sociais Aplicadas.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Edgard Patrício de Almeida Filho (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Juliana Fernandes Teixeira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer  
Universidade Federal de Goiás (UFG)

Aos meus avós João e Socorro.  
Sem vocês nada seria possível.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a mim mesma por todo o esforço e resiliência em acreditar no potencial deste trabalho. Aos meus avós paternos João Ventura e Socorro Monteiro, pela dedicação e amor extremos durante toda a minha vida. Aos meus pais pelo incentivo e amor.

Ao meu marido e companheiro Lucas, por todas as conversas, incentivos, críticas, puxões de orelha, além de todo o amor e compreensão durante esses dois anos de dedicação à minha pesquisa. Obrigada por me ajudar em todos os momentos e entender as ausências - sei que não foi fácil, mas vai valer a pena. Tudo isso é para colhermos frutos.

Às minhas tias Vina, Mônica, Verônica, Guta, Margarida, Cátia, Tia Mazé, Sandra, Marlúzia, Nelúzia, Graça e aos tios Joãozinho e Rommel. Aos meus primos que sempre estiveram por perto quando tudo parecia mais difícil. E aos amigos Itallo, Biana, Larissa, Célia, Félix e todos os outros que não consigo descrever aqui, mas que me incentivaram a seguir neste desafio.

Aos meus sogros Andrea e Kleiber, que são parte fundamental nesse processo, sempre apoiando e acompanhando essa jornada desafiadora.

Ao Prof. Dr. Edgard Patrício, meu orientador, pela competência durante todo o percurso. Obrigada pelos conselhos, sugestões e críticas.

Às professoras participantes da banca examinadora Juliana Teixeira e Ana Carolina Temer pelas considerações e empenho em contribuir com este trabalho. E às suplentes Iluska Coutinho e Cristiane Portela pela atenção e disponibilidade na garantia da defesa deste trabalho. Sou imensamente grata por tudo. À minha revisora Damaris Queiroz, que me ajudou na reta final do trabalho.

“Um país como o Brasil, com sua dimensão territorial e sua diversidade cultural, não pode abrir mão de ter uma TV aberta” (Ramos, 2016, p. 16).

## RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de analisar o nível de qualidade dos telejornais da TV Verdes Mares, afiliada à Globo no Ceará. Desde 2018, a emissora vivenciou diversas mudanças nas rotinas de produção de conteúdo e no modo como as notícias são tratadas e enunciadas, como o uso de discursos informais e em tons de humor na tentativa de atrair a participação do público por meio do infotimento. Com base nas reflexões trazidas por teóricos que discutem a qualidade e seus estreitamentos com o telejornalismo, relacionamos dois processos ligados ao telejornalismo da TV Verdes Mares com dimensões de qualidade: o processo de cobertura associado à regionalidade manifestada pelo âmbito da cobertura da realidade e a participação da audiência, bem como a gestão de conteúdo vinculado à diversidade de fontes, temáticas, formatos e nível de interesse público. Elaboramos um sistema de mensuração, intitulado como Teste de Aplicabilidade de Indicadores da Qualidade Telejornalística (TAIQT), voltado para análise dos sub-critérios de proximidade (como cobertura da realidade a partir de cinco classificações: abrangência local, regional, estadual; nível de participação da audiência na produção colaborativa dos jornais) e diversidade de fontes (Schmitz, 2011), temáticas, formatos (Boaventura, 2020) e teor de interesse público (Nogueira, 2017), assim como o teor de vigilância (Sartor, 2018), além do tipo de abordagem dos conteúdos a partir do infotimento. Os resultados revelam desigualdade nos conteúdos em relação às temáticas (maior dominância de temas na área da segurança pública, trânsito e saúde), formatos (uso excessivo de entradas ao vivo com planos de fundo “neutros”, que desassocia a presença do repórter em locais ou momentos de um acontecimento) e na polaridade de fontes. Na dimensão de regionalidade, as notícias locais tiveram maior domínio, com participação de fontes por meio virtual na produção colaborativa. O teor da denúncia teve poucos registros, já que a presença dos repórteres em campo mostrou-se pouco explorada, influenciando também no uso frequente de notícias “pendentes” ou em “movimento” que ainda estão sem definição, interferindo no teor de interesse público nos conteúdos. Percebe-se que esta prática evidencia a precariedade de recursos para oferecer novas perspectivas e inovações nas produções dos conteúdos a partir das dimensões de regionalidade e diversidade.

**Palavras-chave:** telejornalismo; qualidade no telejornalismo; TV Verdes Mares.

## ABSTRACT

This work aims to analyze the quality level of news programs on TV Verdes Mares, affiliated with Globo in Ceará. Since 2018, the broadcaster has experienced several changes in content production routines and in the way news is treated and expressed, such as the use of informal speeches and humorous tones in an attempt to attract public participation through infotainment. Based on the reflections brought by theorists who discuss quality and its links with television journalism, we relate two processes linked to TV Verdes Mares' television journalism with dimensions of quality: the coverage process associated with regionality manifested by the scope of coverage of reality and participation of the audience, as well as the management of content linked to the diversity of sources, themes, formats and level of public interest. We developed a measurement system, entitled the Telejournalistic Quality Indicators Applicability Test (TAIQT), aimed at analyzing proximity sub-criteria (such as coverage of reality based on five classifications: local, regional, state coverage; level of participation of the audience in the collaborative production of newspapers) and diversity of sources (Schmitz, 2011), themes, formats (Boaventura, 2020) and content of public interest (Nogueira, 2017), as well as the content of surveillance (Sartor, 2018), in addition the type of approach to content based on infotainment. The results reveal inequality in content in relation to themes (greater dominance of topics in the area of public safety, traffic and health), formats (excessive use of live entries with “neutral” backgrounds, which disassociate the presence of the reporter in places or moments of an event) and in the polarity of sources. In the regionality dimension, local news had greater dominance, with virtual sources participating in collaborative production. The content of the complaint had few records, as the presence of reporters in the field proved to be little explored, also influencing the frequent use of “pending” or “moving” news that is still undefined, interfering with the content of public interest in contents. It is clear that this practice highlights the precariousness of resources to offer new perspectives and innovations in content production based on the dimensions of regionality and diversity.

**Keywords:** television journalism; quality in television journalism; TV Verdes Mares.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mensagens do público são exibidas no CE1.....	50
Gráfico 1 - Âmbito da cobertura da realidade.....	86
Gráfico 2 - Nível de participação da audiência .....	88
Gráfico 3 - Categorias de fontes mapeadas na amostra.....	90
Gráfico 4 - Fontes mapeadas na amostra.....	91
Gráfico 5 - Participação das fontes oficiais.....	93
Gráfico 6 - Ações mapeadas na amostra.....	94
Gráfico 7 - Qualificação das fontes mapeadas na amostra.....	96
Gráfico 8 - Tipos de temáticas mapeadas na amostra.....	97
Gráfico 9 - Total de atributos mapeados na amostra.....	100
Gráfico 10 - Conteúdos com teor de vigilância mapeados na amostra.....	102
Gráfico 11 - Total de fatos mapeados na amostra.....	104
Gráfico 12 - Conteúdos com teor de infotimento mapeadas na amostra.....	107
Gráfico 13 - Tipos de formatos.....	108

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dimensões de qualidade mapeadas.....	28
Tabela 2 - Análise da qualidade telejornalística e os seus indicadores.....	43
Tabela 3 - Categorização de indicadores de qualidade.....	70
Tabela 4 - Teste de aplicabilidade da qualidade telejornalística.....	72
Tabela 5 - Tipos de temáticas e formatos mais utilizados.....	111

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>DIMENSÕES DA QUALIDADE NO TELEJORNALISMO.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1</b>	<b>Dimensões de qualidade mapeadas e questões de pesquisa.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2</b>	<b>Regionalidade.....</b>	<b>30</b>
<b>2.3</b>	<b>Infotimento: de tendência a mecanismo de sobrevivência.....</b>	<b>38</b>
<b>3</b>	<b>TRANSFORMAÇÕES NO AMBIENTE TELEJORNALÍSTICO E REPERCUSSÕES NA QUALIDADE.....</b>	<b>45</b>
<b>3.1</b>	<b>Audiência dos telejornais locais: novas métricas e perspectivas.....</b>	<b>45</b>
<b>3.2</b>	<b>Convergência, integração e novos modelos de negócio na televisão.....</b>	<b>51</b>
<b>3.3</b>	<b>Rotinas e organização de trabalho.....</b>	<b>58</b>
<b>4</b>	<b>TV VERDES MARES: TELEJORNAIS E SEUS PERFIS.....</b>	<b>62</b>
<b>5</b>	<b>FERRAMENTAS METODOLÓGICAS.....</b>	<b>67</b>
<b>5.1</b>	<b>Métodos de análise.....</b>	<b>69</b>
<b>5.2</b>	<b>Gestão do conteúdo: diversidade e nível de interesse público.....</b>	<b>71</b>
<b>5.3</b>	<b>Cobertura: âmbito da cobertura e participação da audiência.....</b>	<b>80</b>
<b>5.4</b>	<b>Tipos de abordagens: infotimento ou não infotimento.....</b>	<b>83</b>
<b>5.5</b>	<b>Observação participante.....</b>	<b>84</b>
<b>6</b>	<b>RESULTADOS E REFLEXÕES.....</b>	<b>85</b>
<b>6.1</b>	<b>Regionalidade: âmbito da cobertura da realidade e participação da audiência....</b>	<b>85</b>
<b>6.2</b>	<b>Gestão de conteúdo: diversidade e interesse público.....</b>	<b>89</b>
<b>7</b>	<b>CONCLUSÕES E DISCUSSÕES.....</b>	<b>112</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A televisão pode ser considerada uma mídia antiga no Brasil, atravessando diversas adaptações tecnológicas, sociais e econômicas ao longo de sua história. De fato, são 74 anos de consolidação no país, da imagem em preto e branco até as transmissões em cores ao vivo por meio de sinal digital. “No âmbito do telejornalismo, novas rotinas produtivas foram internalizadas pelos jornalistas de TV e também na academia com as pesquisas sobre o ‘saber telejornalístico’” (Silva; Alves, 2017, p. 2). Antes das redes sociais, a televisão ainda era o veículo mais consumido por parte da população brasileira no final do século XX. Os telejornais televisivos, por exemplo, eram capazes de influenciar padrões comportamentais e percepções sociais. “Com a ascensão da internet, foi possível observar mudanças sociais na perda gradual do poder que a televisão exercia antes” (Oliveira Júnior; Silva, 2020, p. 4). Tardamente, os programas televisivos passaram a adotar estratégias para manter a atenção dos espectadores diante da “nova concorrência”, como o destaque de assuntos que ganham relevância nas redes sociais ou o uso de imagens via celular captadas pela própria audiência. Muitas emissoras têm adotado novas organizações dentro das empresas na tentativa de otimizar a produção jornalística e garantir a agilidade e uma boa audiência na grade da programação, porém a qualidade no tratamento das notícias e na gestão dos conteúdos pode ter sido impactada. Mas até que ponto a busca por audiência pode ou não interferir na qualidade do ‘jornalismo’? Aliás, como definir este conceito diante de tantas mudanças mencionadas acima? Esta é uma pergunta que muitos teóricos buscaram refletir a partir de pesquisas acadêmicas nos últimos anos. A qualidade é um conceito que, muitas vezes, está atrelado à satisfação das audiências, à percepção dos recursos audiovisuais ou ao nível de credibilidade.

Ainda não há consenso da comunidade científica em relação à sua definição, mas é notório que os programas telejornalísticos tentam reforçar a sua reputação em vários requisitos: na forma como noticiam os fatos, na seleção das pautas, na pluralidade de fontes, na correção de erros, entre outros aspectos. "O discurso de autopromoção construído pelos jornais acerca de sua qualidade reivindicada visa convencer a audiência e a sociedade acerca dos elevados padrões editoriais que os jornais dizem respeitar e oferecer em seus produtos noticiosos" (Guerra, 2020, p. 55). Guerra (2010, p. 1) afirma em outra pesquisa que “a qualidade no jornalismo pode ser entendida como ‘um recurso organizacional de vinculação entre a esfera da produção de bens e serviços e a esfera do consumo desses bens e serviços’”. O autor traz dois questionamentos sobre o discurso de qualidade empregado pelos veículos: nem sempre a

qualidade na produção jornalística é demonstrada em dados ao público ou não é reconhecida como válida por profissionais que trabalham na área.

Becker (2007) comenta que a definição de qualidade depende do modo como é avaliada e traz em seu trabalho as reflexões de Machado (2003), resgatando a afirmação de que uma televisão de qualidade é aquela que proporciona um leque de experiências únicas ao público. Apesar da reflexão registrada há mais de uma década, a autora também traz críticas ainda atuais sobre o modo como as grandes mídias privilegiam interesses políticos e econômicos, principalmente no Brasil e na América Latina. A autora traz à tona essa lógica para reforçar que a descentralização dos meios e a diversidade de conteúdos fortalecem a democracia e a qualidade das informações jornalísticas, principalmente em novo contexto no qual as mídias tradicionais e a internet se entrelaçam cada vez mais. Rothberg e Garrido (2019, p. 87) argumentam que “no jornalismo industrial a cultura corporativa da qualidade é limitada pela barreira trazida pela liberdade de imprensa, princípio liberal que torna a mídia refratária a qualquer forma de supervisão ou controle”. Os autores alertam que a gestão editorial e a transparência dos veículos contribuem para a democracia das civilizações, comprovando que essa linha de raciocínio ainda se mantém no atual contexto em que as mídias, entre elas a televisão, estão inseridas.

Sobre essa relação complexa, Bastos e Lima (2016) afirmam que novos espaços de representação midiática surgidos após a internet possibilitaram a influência dos receptores nas rotinas produtivas dos telejornais, ainda que a maioria das emissoras brasileiras estejam sob domínio da classe política e empresarial atualmente. Para os autores, a capacidade de participação da audiência pode causar repercussões na cobrança e destinação de políticas públicas para diversos setores da sociedade. “Esta fase de multiplicidade da oferta de serviços comunicacionais pode se constituir até em uma ameaça perene ao espectro de influência dos coronéis da comunicação” (Bastos; Lima, 2016, p. 146). Nota-se, portanto, que o telejornalismo atual incorporou novas singularidades no seu “fazer jornalístico”. Assim, entender como a qualidade é compreendida e mensurada nas pesquisas atuais destaca a relevância de debater de que forma este conceito é empregado pelos veículos jornalísticos audiovisuais brasileiros, quais são os parâmetros de qualidade e como analisá-los na perspectiva acadêmica.

Um dos passos iniciais deste trabalho foi elaborar um estado da arte para responder às seguintes perguntas: 1) Existem pesquisas a nível nacional e internacional que conceituam a qualidade telejornalística nos últimos anos? 2) Quais são os critérios ou indicadores que essas pesquisas consideram como qualidade? 3) O que dizem especificamente as conclusões de cada estudo? 4) Quais são as lacunas que essas pesquisas ainda não conseguiram esclarecer? A

análise destes trabalhos científicos serviu como base para identificar e compreender a descrição das dimensões de qualidade mapeadas. Com o intuito de identificar a maioria dos trabalhos que tratam sobre qualidade no telejornalismo, foi realizado um mapeamento inicial, entre os anos de 2016 a 2021, utilizando a base do Portal de Periódicos da Capes, nos meses de outubro a dezembro de 2021. Para facilitar as buscas, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: qualidade e telejornalismo e qualidade audiovisual, traduzidas também nos idiomas inglês e espanhol, resultando em oito trabalhos. Além disso, um novo levantamento foi realizado entre os períodos de 2016 a 2022 a fim de estruturar uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), descritas no quinto capítulo deste trabalho.

Os apontamentos identificados são bases para mensurar a qualidade televisiva dos telejornais da TV Verdes Mares, afiliada à Globo no Ceará e pertencente ao Sistema Verdes Mares (SVM), conglomerado de comunicação que detém empresas de rádio, televisão e sites, e que se constitui em observável da nossa pesquisa. A motivação do estudo se iniciou após a integração das redações desses veículos em um único espaço em 2018 (Vasconcelos, 2019), em que a premissa inicial do projeto seria a convergência e compartilhamento de informações com o objetivo comercial de alinhar conteúdos direcionados a cada mídia. Embora o cenário de convergência em si não seja o foco principal desta pesquisa, este é um dos elementos que motivou este trabalho, que tem o intuito de entender como os conteúdos audiovisuais da emissora se configuram neste novo cenário, que se modifica periodicamente, sob a perspectiva da qualidade jornalística. Vale ressaltar que a trajetória desta pesquisa se iniciou quando comecei a atuar como estagiária de Jornalismo na TV Verdes Mares, em 2017. Na época, trabalhei na produção de pautas do CE1 e do CE2, telejornais da emissora. Além disso, vivenciei a implantação de unificação da redação integrada de todos os veículos do Sistema Verdes Mares, incluindo a TV Verdes Mares, feita pela Innovation, uma consultoria britânica em 2018 (Vasconcelos, 2019). Desde então, trabalhei como repórter multimídia de economia no SVM, em que produzia conteúdos para todas as plataformas do grupo, inclusive para a TV Verdes Mares e o G1 Ceará. Entre reformulações na redação integrada, passei a trabalhar como editora de texto nos telejornais da emissora, vivenciando uma nova perspectiva dentro da dinâmica produtiva. Essa vivência *in loco* na implantação da redação integrada trouxe motivação para investigar os impactos nas rotinas produtivas dos telejornais da TV Verdes Mares, durante um Trabalho de Conclusão de Curso finalizado em 2019. Desde então, continuei interessada em investigar se houve efeitos no aspecto da qualidade e de que forma é possível mensurar e analisar essa dimensão.

Este trabalho se divide em sete etapas: fundamentação teórica sobre os conceitos de qualidade no jornalismo audiovisual no primeiro capítulo, mapeados a partir de um levantamento que deu origem a uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL) em 2022. A partir do levantamento, verificou-se a ausência de estudos que mencionam o infotimento e a regionalidade como possíveis indicadores de qualidade dentro da produção telejornalística, o que gerou a necessidade de conceituar esses elementos e relacioná-los com a narrativa midiática da televisão e dialogar com o objeto de estudo deste trabalho. Em seguida, surgem as discussões e reflexões sobre a convergência e integração das redações, que mostram como o telejornalismo tem se reinventado e se aproximado do público com as novas possibilidades vindas com as redes sociais, trazendo os desafios e estratégias desenvolvidas pela televisão para manter-se como uma indústria lucrativa na comparação com as plataformas de streaming e as redes sociais, como também as novas tendências nas organizações de trabalho nas redações de televisão. E transformações sempre trazem impactos na mensuração da qualidade, ou como os veículos passam a compreender a qualidade da produção jornalística. No quarto capítulo, fez-se necessário a descrição da TV Verdes Mares, com breve apresentação histórica e caracterização de cada telejornal: Bom Dia Ceará, CE1 e CE2, além de uma curta contextualização dos fluxos de organização de trabalho da emissora desde que o novo modelo de negócio foi implementado em 2018, a convergência e integração, a partir da vivência como jornalista na empresa.

O quinto capítulo concentra as definições metodológicas: das abordagens à apresentação dos instrumentos utilizados no processo de investigação do objeto. A partir de uma perspectiva voltada para o paradigma da complexidade, consideramos que a natureza desta pesquisa se relaciona com a abordagem quanti-qualitativa, em que utilizamos métodos opostos de natureza subjetiva e estatística. Com isso, realizamos um sistema de avaliação capaz de mensurar de que forma os indicadores de qualidade são articulados nas conduções das notícias nos telejornais. Além disso, incluímos a observação participante para descrever como esses fenômenos se relacionam e como são manifestados nos fluxos de produção da emissora. O quinto e o sexto capítulo concentram-se em apresentar os dados coletados e observados na análise empírica.

Assim, o problema de pesquisa é definido da seguinte forma: qual é o nível de qualidade dos conteúdos noticiosos dos telejornais da TV Verdes Mares?

Na tentativa de responder esse questionamento, elaboramos um roteiro com questões de pesquisa para orientar os caminhos teóricos deste trabalho:

1<sup>a</sup>) Quais são as dimensões de qualidade telejornalística para avaliar a produção de um telejornal?

2ª) Como mensurar o nível de qualidade dessas dimensões?

A partir disso, este trabalho concentra-se em analisar os conteúdos do ponto de vista da produção textual dos conteúdos noticiosos, excluindo critérios como a estética da imagem e a recepção das audiências. Com base nas leituras e reflexões trazidas no referencial teórico, mapeamos dimensões que são consideradas elementos importantes na discussão atual sobre qualidade no telejornalismo e com os problemas de pesquisa definidos acima.

Dessa maneira, relacionamos dois processos ao telejornalismo da TV Verdes Mares com os indicadores de qualidade: regionalidade e gestão de conteúdo. No primeiro, por exemplo, identificamos dois sub-indicadores para avaliar como esse elemento é abordado nos telejornais da TV Verdes Mares: âmbito da cobertura da realidade (classificando o nível de cobertura geográfica: local, estadual ou regional) e a participação do público na produção colaborativa dos telejornais: envio de imagens, vídeos ou sugestões de pauta. No primeiro, elaboramos uma categorização com cinco classificações: realidade Local, realidade Regional; realidade Estadual; Local e Regional e Local e Estadual. A ideia é entender quais são as regiões mais ou menos privilegiadas com base em aspectos econômicos e como isso pode impactar na entrega de conteúdos informativos: se há regiões não mencionadas ou com cobertura baixa e diretamente baixa quantidade de conteúdo sobre determinado lugar. E então temos a participação, considerada neste trabalho qualquer tipo de conteúdo enviado pelo público, usado no processo de produção de pautas ou complemento à notícia.

Na gestão de conteúdo, entendemos que o contexto atual da redação da TV Verdes Mares exige a coordenação de processos e acompanhamento das pautas que são selecionadas nas reuniões de planejamento dos telejornais para evitar equívocos e desorganização. Partindo desse princípio, temos interesse em investigar como o cardápio de assuntos de cada telejornal é estruturado: das notícias com menos destaque às de maior profundidade, considerando a diversidade de fontes, temáticas e o nível de interesse público compreendido pela emissora. Presumimos, a partir de leituras teórico-conceituais, que esses três elementos são essenciais na propagação de um telejornal que incorpora a função de orientar a população, oferecendo um leque variado de assuntos que afetam a sociedade e o ambiente democrático. Na verificação desses três indicadores, elaboramos a sistematização dos tipos de fontes, temáticas e o nível de interesse público no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística.

Nesta pesquisa, entendemos que cada processo tem relação direta ou indireta com os indicadores de qualidade mapeados nas reflexões teóricas. A **cobertura** traz a noção de identidade e pertencimento cultural (considerando aspectos políticos, econômicos e históricos), associada à dimensão de regionalidade e seus indicadores: âmbito da cobertura e nível de

participação. Já a **gestão de conteúdo** se torna outro processo relacionado à diversidade de fontes, temáticas e formatos e do teor de interesse público, concentrado em avaliar a natureza dos conteúdos.

Os métodos utilizados nesta pesquisa foram observação participante para perceber como os dois processos e seus respectivos indicadores se comportam na rotina produtiva do telejornal. Além disso, elaboramos também uma sistematização intitulada como Teste de Aplicabilidade de Indicadores da Qualidade Telejornalística (TAIQT), concentrada em avaliar os sub-critérios de **proximidade** (como âmbito da realidade e nível de participação da audiência na produção colaborativa dos jornais), bem como os sub-critérios da gestão de conteúdo: **diversidade** de fontes (Schmitz, 2011), formatos (Boaventura, 2020), de temáticas e o nível de interesse público (Nogueira, 2017). No teste, abreviado como TAIQT, também aplicamos o **teor de infotimento** dos conteúdos com o objetivo de identificar qual é o tipo de abordagem conduzida pelos jornalistas nos conteúdos.

Inicialmente, o objetivo do estudo também incluía o critério da transparência (linha editorial e política de correção de possíveis erros) e as atribuições vinculadas à rotina de trabalho dos jornalistas da emissora. Porém a trajetória desta pesquisa passou por complicações em relação à inviabilidade de realizar entrevistas com esses profissionais, então eliminamos esses indicadores do sistema, e nos concentramos nos aspectos pós-exibição dos conteúdos noticiosos, e não no contexto interno associado às rotinas produtivas dos três telejornais: Bom Dia Ceará, CE1 e CE2.

## 2 DIMENSÕES DA QUALIDADE NO TELEJORNALISMO

O conceito de “qualidade” pode ser amplo e direcionado a vários aspectos em diversos campos das ciências exatas e sociais aplicadas. Em relação ao Jornalismo, Oliveira Filho (2016) reforça a necessidade de desenvolver parâmetros para analisar os produtos jornalísticos. O autor aprofunda o debate sobre o assunto ao avaliar a qualidade jornalística das televisões públicas e privadas, como a TV Brasil e a TV Globo, respectivamente. Os produtos selecionados foram o Brasil Repórter Segunda Edição, de caráter público, e o Jornal Nacional, privado. “Essa alternativa para avaliar o telejornal é importante num país que carece de educação midiática e, no caso da TV Pública, seria uma forma dos cidadãos poderem monitorar a emissora” (Oliveira Filho, 2016, p. 17).

Para tanto, um Índice de Qualidade (IQ) foi elaborado elencando de 0 a 10 cada categoria analisada como critério de qualidade dos telejornais voltados para o cidadão. Em relação à TV Pública, a matriz traz os seguintes indicadores: veracidade da informação, contextualização da informação; pluralidade e diversidade; educação, serviço e autonomia; participação e inclusão; ética e imparcialidade; e, por fim, técnica (imagem, áudio e mecanismos de participação). O pesquisador pondera que essa estrutura foi organizada a partir do Manual de Jornalismo da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC) e de pré-análises e entrevistas com profissionais que trabalham na TV Brasil<sup>1</sup>. Por outro lado, os verificadores da TV Privada (TV Globo) são elencados a partir desta ordem: isenção/ética, correção/veracidade da informação; agilidade; perfil da reportagem/contextualização; recursos utilizados/edição; critérios de noticiabilidade; e, em seguida, técnica (imagem e áudio). A formulação dessa estrutura foi elaborada por meio dos Princípios Editoriais do Grupo Globo (2011), como também de direcionamentos e percepções do atual editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner (Oliveira Filho, 2016). Nas considerações finais do trabalho, é evidenciado que ambas

---

<sup>1</sup>A partir de 2019, a TV Brasil passou por mudanças na política editorial. Sob gestão do então presidente Jair Messias Bolsonaro, a emissora assumiu a postura de um canal estatal, exibindo conteúdos que reforçam a imagem e ideologia do governo (Bezerra, 2019). Na época, houve reações do Ministério Público, Câmara de Deputados, além de entidades jornalísticas, que defendiam a existência um canal público e isento. Todavia, o Governo Federal afirmou que não há impasse para que a emissora exibisse conteúdos públicos e estatais. Mas, na prática, Bezerra (2019, p. 31) afirma que “sob nenhuma forma é dito que essa programação pode se completar dentro do mesmo canal em um modelo híbrido”. Atualmente a instituição vive um novo contexto político onde o Governo Federal tem como presidente Luiz Inácio Lula da Silva, eleito em outubro de 2022. No início deste ano, a gestão de Lula exonerou cinco servidores da instituição que exerciam cargos de chefia (G1, 2023). Em maio deste ano, a EBC anunciou uma reestruturação no comando do setor de Jornalismo, que será gerida pela presidente, a jornalista Cida Matos (Nota, 2023) Ainda no mesmo período, a instituição expediu uma portaria que cria um canal de escuta entre o diretor-presidente da EBC, Hélio Doyle, e os servidores da instituição para que seja possível discutir ideias, sugestões e críticas sobre os veículos vinculados à Empresa Brasil de Comunicação. A instituição afirmou que as mudanças têm o objetivo de garantir a transparência nos veículos de comunicação pública (Nota, 2023).

as emissoras têm critérios qualitativos diferentes de acordo com suas realidades. É o caso dos interesses pela audiência e o furo jornalístico para a TV Globo, bem como autonomia e participação cidadã, na TV Brasil. Essas são percepções de qualidade segundo empresas e não uma concepção normativa, advinda da Teoria do Jornalismo, ou um juízo de valor. Elencamos dimensões manifestadas por ambas as TVS com o intuito de destacar dimensões de qualidade que coincidem com as reflexões trazidas neste referencial teórico.

Embora a TV Globo tenha desenvolvido essas normas para caracterizar o “fazer jornalístico” da empresa em 2011, essas condutas e normas sofreram inúmeras mudanças nos últimos anos no que diz respeito ao aspecto técnico das imagens transmitidas nos telejornais, principalmente após as eleições presidenciais de 2018, com a criação do projeto lançado pelo Jornal Nacional: “O Brasil que eu quero”, em que William Bonner e Renata Vasconcelos pediam vídeos à população captados via celular, gravados na horizontal para se adequar às composições imagéticas da televisão. “Vê-se nessa orientação a necessidade de os telespectadores adaptarem os conteúdos a uma forma adequada aos códigos materiais o telejornal” (Araújo *et al.*, 2020, p. 85).

Poucos anos depois, principalmente com a chegada da pandemia da Covid-19 no Brasil em 2020, essa realidade foi alterada ainda mais. Moraes e Kneipp (2021) afirmam que boa parte dos profissionais de TV passaram a trabalhar em regime home office, e usaram recursos limitados em casa (como o celular) para realizar reportagens, uma ruptura do padrão reproduzido pelos telejornais em comparação com as imagens captadas por câmeras profissionais. Tal prática até estimulou o uso de novos formatos nas rotinas atuais de produção, como entrevistas realizadas através de plataformas virtuais, como *Google Meet* ou *Skype*, segundo Moraes e Kneipp (2021). Os autores também acrescentam rupturas nos formatos das passagens nas reportagens, que tradicionalmente eram realizadas nos locais do acontecimento da notícia, mas foram adaptadas ao fundo neutro (Moraes; Kneipp, 2021). Com a ausência do repórter in loco cada vez mais comum, os profissionais de imprensa se tornaram dependentes das imagens de celular registradas principalmente em ângulos verticais feitas por espectadores para contar os fatos, contrariando as proporções que privilegiam as paisagens horizontais nas telas, chamadas pelo cinema e a televisão de *aspect ratio*, conforme descrevem Bidarra e Severo (2020, p. 188):

Sem saber como lidar direito com os espaços vazios que a imagem vertical provoca em suas telas, as emissoras limitam-se a preenchê-los com grafismos que nada acrescentam em termos informacionais ou estéticos, manifestações simbólicas da impotência dos gigantes da comunicação diante dessa derrocada nos planos formais e informacionais que lhes impõem os até então desdenhados amadores.

As imagens tremidas ou em ângulos que “desvalorizavam” a horizontalidade da televisão passaram de inaceitáveis para incluídas no universo do furo jornalístico, já que são capazes de registrar momentos que a onipresença da televisão não alcançaria. Além do aspecto estético, a internet trouxe à tona questões sociais que se sobressaíram na televisão brasileira, como a representatividade de pessoas pretas no vídeo, o debate sobre padrões corporais e com ele o machismo imposto às mulheres na sociedade que se reflete na imprensa. Além de serem discutidos nos programas, são discussões e novas condutas cada vez mais cobradas pela audiência conectada nas redes sociais.

Silva (2016) traz uma contribuição sobre a crítica televisiva em especial à dinâmica entre o conceito de qualidade na televisão e o contexto social a qual se insere. O trabalho pondera que compreender esses fenômenos ajuda a entender os significados sociais que a televisão adquire em diferentes momentos históricos. Para a autora, a partir do século XX a crítica televisiva foi estigmatizada como formadora de valores, gostos e comportamentos de consumo. Esse “estigma” desconsidera os períodos histórico-sociais como influenciadores de padrões dominantes. Ao considerar isso, Silva (2016) faz uma análise sobre a atuação da crítica especializada, que incorpora a “inovação” como a manifestação de descrições positivas ou negativas sobre novos programas. Contudo, a inovação pode ser caracterizada por questionamentos sobre novas estruturas ou reprodução de antigos formatos na televisão.

No mesmo caminho, Ferrer Ceresola (2016) aborda em sua tese de doutorado as variáveis da qualidade da televisão na Espanha e tenta relacionar esses conceitos para compreender o nível de qualidade dos programas de entretenimento. Apesar do foco deste trabalho ser a análise sobre a qualidade de telejornais e não avançar nos programas de entretenimento, Ferrer Ceresola (2016) traz uma série de questionamentos sobre a qualidade dos sistemas de radiodifusão. A autora traz em discussão quatro tópicos importantes já em seu referencial teórico: estrutura dos sistemas televisivos, a gestão editorial dos programas, a diversidade como critério de qualidade e as produções acadêmicas sobre o tema. Ferrer Ceresola (2016) argumenta que a televisão pode cumprir vários papéis sociais, como influenciar os padrões de consumo e comportamento por meio da audiência na questão econômica, bem como aproximar os cidadãos aos debates políticos e sociais de determinada região. Ferrer Ceresola (2016) identifica alguns critérios que podem servir de instrumento para analisar a qualidade dos sistemas televisivos, tais como: qualidade técnica, reconhecimento, diversificação, objetivo editorial e identidade.

Assim, o primeiro tipo de diversidade denomina-se diversidade substancial, caracterizada pela variedade de opiniões e pontos de vista nas programações para que não haja

exclusão de algum grupo ou “minoria”. Em seguida, Ferrer Ceresola (2016) descreve a diversidade dos programas como a capacidade de não copiar formatos de outros programas do mesmo gênero. Na prática, esse tópico reforça a importância de oferecer um “cardápio” diferenciado de programas com formatos independentes e inovadores. Esta segunda complementa-se, de certa forma, ao terceiro tipo de diversidade, que é a análise sobre as grades de televisão. Nesta categoria, a autora subdividiu duas dimensões: a diversidade vertical (a medição dos diferentes gêneros de programas distribuídos na rede de televisão durante um dia ou período); e a diversidade horizontal (amplitude de escolha que as diferentes redes de televisão colocam à disposição do telespectador em um determinado intervalo de tempo). Em seguida, temos a diversidade de oferta, que seria justamente a junção da diversidade vertical e horizontal como elementos complementares à existência de um cardápio diverso de programas que satisfaçam os públicos. Já a diversidade estética é definida por Ferrer Ceresola (2016) contrária à prática de algumas emissoras de repetir formatos de programas que têm audiência ou que estão “na moda”. Em seguida, a diversidade de distribuição de recursos é caracterizada pela pesquisadora como o nível de recursos (econômicos, técnicos, artísticos) que as emissoras possuem para realizar os programas ou telejornais. Em penúltima ordem, a diversidade de audiência se refere ao hábito das produções centralizarem os programas para um segmento de público e não promoverem ações para atrair outros públicos mais amplos. Por fim, o último critério denominado diversidade da qualidade é compreendido por Ferrer Ceresola (2016) justamente pela soma de todas as dimensões de diversidade mencionadas acima como noção efetiva de qualidade. A autora traz a importância de se analisar os estudos de recepção da audiência para interpretar a qualidade através dos gostos do espectador. Em suas conclusões, Ferrer Ceresola (2016) aprofunda a discussão dos resultados de sua análise sobre os programas de entretenimento da Espanha, afirmando que os programas utilizam uma série de elementos (serialidade, realidade, distorção, espetáculo etc.) para que haja espectadores “fisgados” ao conteúdo sensacionalista.

É evidente que as emissoras têm adotado estratégias para atrair novos públicos e manter a atenção da audiência tradicional. Uma delas é envolver o discurso jornalístico com uma comunicação mais popular e em tom de humor e até mesmo expressões e gírias locais para fortalecer o vínculo de proximidade. Nesse sentido, Andrade (2020) reforça que atualmente o jornalismo e o entretenimento estreitaram suas barreiras e se envolvem na produção de conteúdo na era da convergência, principalmente no jornalismo. Também há quem diga que essa aproximação também tenha relação com questões financeiras das empresas de comunicação. Nos telejornais, é cada vez mais comum assistir apresentadores ou repórteres

utilizando discursos que misturam entretenimento, humor e informação para noticiar os fatos cotidianos. Há ainda o fato de que alguns também passaram a adotar discursos populares para atrair o público, principalmente nas emissoras locais. Esse tipo de jornalismo antagoniza opiniões, já esse tipo de conteúdo pode trazer assuntos mais “leves” e divertidos ao público ou ser considerado sem aprofundamento. Pesquisadores como Vasconcelos (2019) descrevem que as entradas ao vivo são os gêneros televisivos mais utilizados e a sua duração é estendida apenas para preencher o tempo da programação e menos pela relevância dos fatos, com o discurso reconhecido pelo infotenimento. Esses novos formatos trazem dúvidas sobre a qualidade televisiva, pois demonstram a precariedade nas estruturas de produção.

Este tempo prolongado reforça a hipótese de que as matérias do telejornal agora precisam se alongar. Não necessariamente para informar mais, mas para preencher a grade da programação. Isso pode ser positivo, se vários aspectos do fato forem aprofundados. Mas se servirem apenas para que repórter e apresentadores fiquem divagando sobre um tema, a partir de opiniões pessoais, sem lastro em fatos ou opiniões de especialistas, isso pode comprometer o pacto com o jornalismo e tender ao entretenimento de fundo noticioso, ou, como denomina Fábria Dejavite, ao infotenimento (2007) (Vasconcelos, 2019, p. 61).

Outra prática também tem sido observada nos telejornais da TV Verdes Mares, objeto de estudo deste trabalho, em que o número de entradas ao vivo passou a integrar quase todo cardápio de formatos dos telejornais. A aparição do profissional jornalista na reportagem ao vivo ou gravada se justifica pelo contexto noticioso no qual ele está inserido, o que contraria a lógica da emissora, no qual os repórteres estão posicionados ao vivo em fundos “neutros”, que não complementam nenhuma informação a mais na relevância da notícia. Em alguns casos, são assuntos que não cabem no formato ao vivo, como temáticas de saúde, economia, comportamento, em que as imagens inseridas no vídeo para servir de ilustração são de arquivo e o cenário do repórter se repete para falar destes e de outros assuntos (mais factuais) na mesma edição. No caso da TV Verdes Mares, o excessivo volume de pautas ligadas à segurança mostra também uma realidade preocupante vivida no contexto midiático da televisão cearense, em que muitos programas policiais são concorrentes por faixas semelhantes de horários. O CE1, por exemplo, com horário de exibição de 11h45 às 13h, concorre com vários outros jornais locais de emissoras. Nessa faixa de horário, a maioria dos programas foca em conteúdos policiais. Sendo assim, o jornal incorpora essa “escolha” e deduz que o público só se interessa por esse tipo de informação. Na forma como os telejornais se posicionam, a retenção de audiência é conquistada pelos que investem em pautas policiais, principalmente com o furo jornalístico de imagens exclusivas ou entrevistas.

Traçando um paralelo, Silva (2020) busca entender de que forma a participação do público, a diversidade de fontes ouvidas e a igualdade de gênero na bancada dos telejornais podem interferir na qualidade. A autora faz uma análise de conteúdo voltada para o telejornalismo público brasileiro, em especial o Jornal da Cultura - Segunda Edição, da TV Cultura. O estudo apontou que as reportagens exibidas têm um número expressivo de fontes variadas que são consultadas, como pesquisadores, políticos e especialistas ou entidades. Porém, os resultados das análises mostraram que há pouca participação de comentaristas mulheres dentro do telejornal. Em maioria, a presença masculina chegou a 80%, o que mostra a falta de equidade de gênero nesse quesito. A autora afirma, inclusive, que “é preciso verificar se o jornal abre espaço para diferentes vozes e perspectivas, chamando diversas camadas da sociedade para o debate e fazendo com que outros atores sociais sejam reconhecidos” (Silva, 2020, p. 80). Outro resultado interessante revela a grande participação da população nos comentários das redes sociais da TV Cultura, o que mostra a interação do público no momento da exibição do telejornal. Silva (2020) acrescenta que durante cada edição, os telespectadores são convidados a participar do jornal através de uma hashtag e alguns comentários são exibidos e lidos pelas apresentadoras.

Outro aspecto importante atribuído à qualidade no telejornalismo é a promoção de uma política regulatória nos veículos midiáticos e de radiodifusão. Oliveira Filho e Coutinho (2017) analisam e comparam como se forma esta configuração no Brasil e em Portugal. Os autores reforçam dois pontos importantes ligados à legislação: a presença da pluralidade e do interesse público, como fatores que possibilitam a aplicação de leis direcionadas ao telejornalismo em empresas privadas e públicas. No contexto brasileiro, os autores pontuam que não há leis específicas sobre isso, mas que as empresas privadas se auto regulam através de referências do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962. No CBT, entre as exigências determinadas para a concessão dos serviços de radiodifusão estão a idoneidade moral, demonstração de recursos técnicos e financeiros para o solicitante, assim como a preferência de concessão seja encaminhada às pessoas jurídicas no setor público, como no caso das universidades federais e estaduais, mas não é a realidade. A partir daí surgiu a visão da comunicação como uma indústria voltada para o lucro e audiência.

Além disso, outro marco histórico no Brasil foi a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)<sup>2</sup> em 2007, que hoje regulamenta a TV Brasil, de concessão pública. Os

---

<sup>2</sup>Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4117-27-agosto-1962-353835-publicacaooriginal-22620-pl.html>. Acesso em: 9 fev. 2024.

autores aprofundam a análise qualitativa sobre o Manual de Jornalismo da EBC, intitulado de "Somente a Verdade" e citam também os Princípios Editoriais do Grupo Globo, criado em 2011, pela Rede Globo. No primeiro, a busca pela veracidade das informações torna-se o principal critério de qualidade, seguido de precisão, honestidade, acontecimentos de interesse público, ética, rigor, isenção, imparcialidade, respeito aos grupos raciais, apuração, pluralidade, diversidade e liberdade de expressão. Oliveira Filho e Coutinho (2017) também afirmam que o manual reforça a importância da participação dos espectadores e da sociedade. Já no segundo, de cunho privado, se fundamenta pela isenção dos jornalistas e neutralidade.

Em seguida, o interesse público surge como premissa importante para o Grupo Globo, embora não defina o que é e como analisar tal critério em seu manual. Além disso, há a defesa pela correção de dados, fator essencial para a credibilidade do veículo. O Grupo Globo ainda acrescenta a agilidade como critério de qualidade, destacando a importância do furo jornalístico, embora ressalte que isso não deva afetar o fluxo de apuração de notícias. Os autores realizam uma crítica em relação a essa colocação, ponderando que o furo não só é avaliado como elemento de qualidade, mas que alimenta os interesses publicitários: a audiência. Sobre a legislação portuguesa, os autores ponderam que, ao contrário da autorregulação do Brasil, as leis portuguesas apresentam códigos e condutas mais atuantes em relação às redes de radiodifusão. A pesquisa aponta que o Grupo Globo entende que o interesse público, a agilidade e a transparência funcionam como pilares de qualidade. Já a EBC prioriza a participação cidadã e a valorização de conteúdos que promovam educação e cultura.

Ainda na mesma linha de raciocínio, Temer e Rocha (2017) se debruçam sobre a discussão de qualidade no telejornalismo regional. As autoras analisam uma campanha institucional da TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo em Goiás. As peças audiovisuais se chamam "Lado a Lado com você", exibidas na programação local em um momento de profundas transformações na emissora em relação à linha editorial, no quadro de apresentadores, repórteres e em especial na direção jornalística. "Em todas as peças da campanha havia um reforço da ideia de que o jornalismo da TV Anhanguera está a serviço do telespectador" (Temer; Rocha, 2017, p. 242). A proposta das pesquisadoras é examinar como a emissora articula o entendimento sobre qualidade e quais critérios usa para se posicionar como televisão de qualidade ao público. Para tanto, os principais autores utilizados no referencial teórico são Guerra (2010) e Tavares (2016). Os autores consideram que os critérios de qualidade estão direcionados para análise da organização jornalística de forma sistêmica. Vale ressaltar que Temer e Rocha (2017) também reforçam que a TV Anhanguera, como afiliada, deve se orientar com base nas diretrizes editoriais da Rede Globo. A empresa manifesta o entendimento

de qualidade jornalística como o trabalho baseado na isenção, correção e agilidade (Temer; Rocha, 2017).

Desse modo, Temer e Rocha (2017) afirmam que durante a análise das peças publicitárias, percebe-se que os profissionais da emissora destacavam com ênfase a satisfação e o dever de informar os espectadores como principal responsabilidade. Nas conclusões, os resultados de análise apontaram que a TV Anhanguera tem uma percepção diferente do que é qualidade em relação aos apontamentos descritos por autores citados na pesquisa e também aos princípios editoriais do Grupo Globo. As autoras pontuam que a emissora se manifesta no discurso de estar sempre a serviço do público, no entanto não explica como isso é feito, apenas reforçando essa ideia com jargões nas peças publicitárias. Não há nenhuma evidência na pesquisa que comente se a regionalidade está atrelada ao entendimento de qualidade que a emissora transmite ao público, embora ela use expressões regionais para se aproximar da audiência.

Na mesma perspectiva, Azeredo (2019) concentra seus estudos em analisar se o padrão prosódico de fala dos jornalistas da TV Globo contribui para o entendimento do público em relação ao ‘Padrão Globo de Qualidade’. A autora pontua que o termo surgiu após o surgimento do Jornal Nacional, em 1970. A diretoria da emissora decidiu que era hora de mudar a forma de fazer telejornalismo, saindo do esquema ‘engessado’ da narração do *teleprompter*<sup>3</sup> inspirada no rádio e trazer uma comunicação mais natural, além de suavizar sotaques regionais para não ofuscar a notícia (embora tal conduta tenha gerado críticas em relação à valorização de uma narração que privilegiasse regiões economicamente dominantes como São Paulo e Rio de Janeiro). “O jornalista, hoje, tem a possibilidade de comentar, opinar, brincar com os colegas de bancada e conversar com quem assiste, como se estivesse na sala de sua casa” (Azeredo, 2019, p. 38).

A Globo formulou um conjunto de regras, condutas e posturas que deveriam ser seguidas para garantir o Padrão Globo de Qualidade, que posteriormente se tornaram uma política editorial por meio do documento Princípios Editoriais do Grupo Globo, publicado em 2011. Assim, Azeredo (2019) usa o termo linguístico padrão prosódico da fala, que pode ser entendido como a análise da entonação, nasalização, pausa e aspectos relacionados à qualidade e volume da voz, para comparar o modo como as notícias são ditas na televisão por jornalistas dos telejornais noturnos da Globo, Record e SBT. Um formulário virtual foi elaborado para

---

<sup>3</sup> Teleprompter ou teleponto é um equipamento acoplado às câmeras de vídeo que exhibe o texto a ser lido pelo apresentador.

analisar a beleza da voz, altura, volume e limpeza dos apresentadores e repórteres. Os juízes foram divididos em três grupos e escutaram as edições dos programas em um laboratório e preencheram as respostas fechadas. Os resultados mostraram que há uma padronização de entonação entre todas as emissoras, o que sugere que há um padrão respeitado por jornalistas em telejornais mais tradicionais em relação aos sensacionalistas. Porém, cada jornalista segue sua própria locução e entonação dependendo da temática da matéria. A hipótese da autora foi refutada.

Coutinho, Mata e Pereira (2020) propõem em sua pesquisa uma análise sobre a qualidade no telejornalismo a partir da noção de “proximidade” entre o quarto poder, reconhecido como mídias tradicionais: rádio, TV e impresso, que, no caso dessa pesquisa, se concentra na televisão, com o público que rodeia os espaços midiáticos de jornalismo audiovisual, como redes sociais, sites das emissoras - reconhecidos como “quinto poder”. Dessa maneira, é comum ver que alguns telejornais oferecem espaços para enquetes ou participações nas redes sociais ou até mesmo nos telejornais, por meio de aplicativos de mensagens, formando uma espécie de “interseção”. Mas, segundo os autores, mesmo que as emissoras ofereçam certo espaço nos noticiários para o público comentar ou realizar críticas, esse diálogo é, muitas vezes, filtrado por um controle rígido na seleção do que é exibido. Portanto, está muito mais ligado às formas de entretenimento, do que na oferta de participação ou até mesmo em conteúdos informativos.

Em relação à audiência, os três autores trazem a discussão sobre a falta de aferição oferecida ao público para que este consiga avaliar a relevância dos telejornais como “agente” de fiscalização na atuação do legislativo, executivo e judiciário, além dos órgãos municipais e estaduais. A partir daí, Coutinho, Mata e Pereira (2020, p. 24) reforçam um tensionamento entre o quarto e quinto poder: “Se considerarmos que o telejornalismo, como parte do quarto poder, atuaria junto aos outros veículos noticiosos como guardião da democracia, é importante pensar nas eventuais contribuições do quinto estado para a melhoria da sua qualidade”. Assim, os três autores discutem como o jornalismo participativo é abordado em quatro sites do Brasil e da Espanha: RTVE, TV Brasil, TeleCinco e Rede Globo/G1. Observa-se que a participação no Brasil se dá mais na perspectiva do envio de áudios e vídeos que contribuam com as pautas dos programas, já na Espanha é mais perceptível o compartilhamento de vídeos de reportagens dos telejornais nas redes sociais. Embora os termos quarto e quinto poder sejam alvos de críticas em relação à neutralidade da atuação das mídias em contextos políticos e econômicos, concentramos as reflexões dos três autores citados apenas no que diz respeito às noções de

qualidade mapeadas por ambos, como no caso do jornalismo participativo citado como forte indicador manifestado em mídias como sites e redes sociais de veículos de imprensa.

Guerra (2018), por sua vez, pondera que a qualidade, muitas vezes, aparece como elemento essencial à sobrevivência do jornalismo, mas critica a ausência de procedimentos de avaliação de qualidade oferecidos à sociedade. A pesquisa do autor é baseada em avaliar se os veículos brasileiros e portugueses realizam boas práticas profissionais por meio da gestão editorial, através de dois princípios: *accountability* e transparência. O primeiro pode ser entendido pela forma como os veículos prestam “contas” à audiência e o segundo é caracterizado pelos recursos que os veículos manifestam suas decisões editoriais e políticas.

Assim, o autor apresenta uma análise experimental dos veículos a partir do *software* Q-Avalia para avaliar a modalidade de desempenho de seis veículos portugueses e outros seis brasileiros através de pontuações de 1 a 100 e também de níveis (A, B, C e D) com indicação de superior [+] ou inferior [-] (Guerra, 2016). As conclusões apontam que as avaliações de qualidade vão além do que é verdadeiro ou falso, sobretudo quando se fala em gestão editorial. Isso exige processos de autoavaliação aprofundados e classifica o desempenho das empresas em vários níveis de atuação: declaração de valores, transparência, instrumentos de controle interno, interação e compreensão de críticas das notícias.

Gomez-Dominguez *et al.* (2016) concentram em seu trabalho o conceito de qualidade da notícia para analisar 32 edições dos telejornais locais de quatro emissoras de televisão da Espanha: RTVC, IB3, CyLTV e NaTV, sendo os dois primeiros privados e os seguintes públicos. Os autores utilizam quatro sub-indicadores: tipologia e tratamento das notícias, agenda temática e noticiabilidade, estrutura da notícia e distribuição geográfica das informações. O primeiro se baseia na forma como as notícias são apresentadas ao público. Gomez-Dominguez *et al.* (2016) utilizam os termos *Hard news* (Hn) e *Soft news* (Sn) para classificar duas categorias de notícias. A primeira é descrita como “dar uma explicação fundamentada do conteúdo, dar voz a todos os atores envolvidos, investir todos os meios à disposição da notícia para cobrir a notícia, utilizar imagens altamente representativas e priorizar uma função de descrição em detrimento da opinião” (Gomez-Dominguez *et al.*, 2016, p. 166). O *Soft News* tem relação com o baixo esforço jornalístico e são reconhecidas como sensacionalistas.

O segundo sub-indicador é a agenda e a noticiabilidade, que são mencionados como elementos essenciais na credibilidade jornalística ao questionar quais são os temas abordados pelos veículos, como a imagem é tratada e principalmente como isso influencia na opinião pública. No que se refere às características formais, estas podem ser compreendidas na forma

como as notícias são estruturadas nos jornais. Os autores apontam que a maior quantidade de recursos disponíveis para narrar um fato pode ser compreendido como um indicador de qualidade da notícia. Por fim, Gomez-Dominguez *et al.* (2016, p. 167) descrevem a distribuição geográfica como elemento que deve ser analisado “a partir da duração da notícia, posição no jornal, tema e aparecimento de elementos que podem gerar falta de informação”. Foram analisados dados estatísticos apresentados em uma matriz: categoria política: análise das ações políticas regionais; categoria temática: inclui o tema principal da notícia e analisa a hierarquia; formato da notícia (entradas ao vivo, narração do apresentador com imagens ao vivo ou gravadas, participação de outros narradores no estúdio, recursos gráficos acompanhados da voz do apresentador ou de outro narrador) e por último critérios de seleção (aspectos diferentes de cada emissora, como cobertura geográfica). Os resultados apontam que o investimento de recursos para cobertura das notícias é maior nas emissoras privadas. Já a tipologia e o tratamento das notícias são mais próximos de um modelo de infotimento em ambas as emissoras. Na categoria agenda temática e critérios de noticiabilidade, as emissoras CyLTV e Na TV mostram um espelho de notícias mais diverso, que segue critérios de noticiabilidade. A distribuição geográfica na NaTV, CyLTV e IB3 prioriza notícias nacionais, enquanto na RTVC o cardápio é internacional.

Vaca Alcívar *et al.* (2019), por sua vez, examinam a forma como três emissoras de Manabí, localizada na província no Equador, planejam a gestão de conteúdos informativos aos produtos jornalísticos: temáticas, elaboração de pautas, acompanhamento dos repórteres em gravações externas, solicitações de nota até a edição do conteúdo. Três programas foram foco do trabalho: Oromartv, Televisión Manabita e Manavisión. Uma crítica pertinente ligada à pesquisa é que quando se trata de qualidade, não há menção se um produto é bom ou ruim, apenas se ele tem qualidade ou não. “A qualidade é imposta pela quantidade de argumentos que podem convencer os consumidores, uma vez que um mesmo produto pode ter qualidade para um grupo, enquanto para outro grupo de consumidores pode não ter qualidade” (Vaca Alcívar, *et al.*, 2019, p. 9, tradução nossa). Os resultados apontam que os produtores de televisão assumem cerca de 25% da responsabilidade de selecionar as pautas, coordenar os repórteres e supervisionar os cronogramas estabelecidos dos telejornais. As redações de televisão não têm um manual para orientar os protocolos para delimitar as políticas editoriais e orientar as atividades jornalísticas, o que sinaliza a improvisação em programar a produção das pautas.

## 2.1 Dimensões de qualidade mapeadas e questões de pesquisa

A partir do que foi apresentado, elaborou-se a seguinte tabela com todos os critérios de qualidade levantados pelos autores citados neste resumo. Parte-se do princípio que todos os elementos retratados podem servir de dispositivo metodológico para analisar a qualidade do conteúdo jornalístico da TV Verdes Mares em nossa pesquisa.

**Tabela 1** - Dimensões de qualidade mapeadas

Indicador(es)	Autor	Título	Publicação
<b>Furo jornalístico e Participação cidadã</b>	Oliveira Filho (2016)	Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais	Dissertação
<b>Diversidade</b>	Ferrer Ceresola (2016)	Calidad televisiva Y "Mala" Televisión. Los programas contenedores en los canales de televisión espanholes	Tese
<b>Proximidade e noção de interesse público</b>	Temer e Rocha (2017)	O conceito de qualidade no jornalismo no discurso do telejornalismo local: uma análise a partir da ótica da TV Anhanguera/Goiás	Artigo
<b>Interatividade e participação do público</b>	Coutinho, Mata e Pereira (2020)	Democracia e qualidade no jornalismo audiovisual: diálogos TV-internet e o quinto poder	Artigo
<b>Legislação: Pluralidade e interesse público</b>	Oliveira Filho e Coutinho (2017)	A qualidade no telejornalismo sob a ótica normativa: as leis de radiodifusão e regulação midiática como indutoras de boas práticas no Brasil e em Portugal	Artigo
<b>Gestão de conteúdo</b>	Vaca Alcívar <i>et al.</i> (2019)	Aproximación al control de calidad de productos audiovisuales informativos, de la televisión en Manabí	Artigo

Fonte: Elaborado pela autora.

Os conceitos de regionalidade e de infotainment são elementos que atravessam a discussão da qualidade telejornalística e têm relações singulares com cada uma das dimensões apresentadas, embora sejam lacunas que não foram citadas pelos autores. A hipótese desta pesquisa, partindo-se da observação em campo e da vivência na produção dos telejornais da TV Verdes Mares, considera que os dois conceitos estão frequentemente presentes na rotina dos telejornais locais sob justificativas mercadológicas. Mas qual a interferência de ambos na qualidade dos conteúdos audiovisuais?

A regionalidade está ligada ao sentimento de pertencimento e identificação do público com as mensagens, informações e ao contexto social no qual os programas telejornalísticos estão envolvidos. Logo, essa articulação entre os diálogos das pesquisas e as discussões trazidas neste estado da arte levantou questionamentos sobre como este indicador pode influenciar na análise da qualidade de um telejornal local. Podemos supor que a regionalidade traz à tona a forma como determinados espaços geográficos de uma cidade ou estado são destacados nos telejornais, considerando o estereótipo das notícias (negativas ou positivas), nível de profundidade dos conteúdos como tempo de duração, pluralidade de fontes, respeito aos costumes e modos de fala, entre outros. Noletto e Carvalho (2020) ponderam ainda que muitos veículos ambientados em um contexto de convergência têm utilizado a regionalização para pregar a noção de pertencimento e identidade, o que na verdade trata-se de uma estratégia reversa contra a globalização. “Uma ‘reivindicação à opção de globalização’, torna-se uma estratégia midiática mercadológica que atende a uma lógica capitalista de mercado” (Noletto; Carvalho, 2020, p. 477). Ampliando esse olhar para o objeto observado, tem-se a preocupação em compreender como a produção regional é trabalhada nas produções dos telejornais, qual é o entendimento da emissora em relação a isso, como as onze regiões geográficas do Ceará são levadas em consideração levantando critérios socioculturais e de noticiabilidade, aspectos que serão aprofundados nos fundamentos teóricos do próximo capítulo.

Além disso, as redações convergentes chegaram aos veículos locais e regionais com a proposta de otimizar recursos e amplificar conteúdos para várias mídias através da evolução tecnológica. Entretanto, Sastre (2021) nos alerta que o processo de “inovação dos veículos” deve acompanhar também aspectos culturais e comportamentais de um território com o compromisso de produzir conteúdos atraentes. Todo esse contexto reflete em desafios para os donos de pequenos ou médios veículos regionais, que têm uma visão distorcida desse processo ao considerar que o novo modelo deve reter gastos/investimentos e produzir conteúdos semelhantes para as mídias.

Quando colocamos essa perspectiva na realidade dos veículos de comunicação e de jornalismo, raramente identificamos situações ou quadros relevantes de inovação além dos aspectos de produção e de distribuição de conteúdo, modelos de propaganda e de criação de serviços de publieitorial ou cobrança pelo acesso aos conteúdos disponibilizados (Sastre, 2021, p. 68).

A integração das redações também surgiu como uma estratégia comercial dos veículos que mira na retenção de gastos e no compartilhamento de informações entre mídias em um espaço de trabalho com equipamentos e infraestrutura tecnológica que comporte as necessidades dos jornalistas polivalentes. Todos esses processos são observados e coincidem com as mudanças que rodeiam os telejornais da TV Verdes Mares, onde houve o processo de convergência e integração de redações dos veículos Sistema Verdes Mares, no qual a emissora afiliada à Globo faz parte.

O infotimento se destaca como um elemento cada vez mais utilizado dentro das narrativas dos telejornais. Vasconcelos (2019) destaca que os telejornais têm utilizado essa estratégia com o intuito de entreter e preencher uma grade de produção e menos com a relevância dos fatos. Nos telejornais da TV Verdes Mares é cada vez mais comum identificar textos “popularescos” e discursos humorados na tentativa de aproximação com o público, como uma estratégia de retenção de audiência. A hipótese desta pesquisa, originária da observação em campo, considera que a emissora tem a crença de que o uso desse tipo de abordagem na condução dos conteúdos retém a atenção da audiência. Não há, contudo, evidências de como isso é tratado no aspecto qualitativo dos conteúdos jornalísticos, motivo pelo qual consideramos importante avaliar os tipos de abordagens utilizados na enunciação de jornalistas da emissora para entender como isso se configura com a natureza das temáticas, por exemplo.

Dessa maneira, não encontramos posicionamentos oficiais por parte da emissora que informem se houve preocupação com a qualidade dos conteúdos a partir dessas mudanças. Podemos então considerar que a modernização da estrutura das redações e a otimização da produção não garante a qualidade telejornalística, motivo relevante para este trabalho. Trazemos então discussões teóricas acerca da regionalidade e do infotimento para basear a compreensão dos dois elementos na discussão sobre qualidade telejornalística.

## **2.2 Regionalidade**

Acompanhar as notícias do trânsito da cidade, ver os eventos culturais que estão acontecendo no fim de semana, denunciar uma obra inacabada de um bueiro em uma avenida,

saber as mudanças no atendimento público de um posto de saúde do bairro, se atualizar sobre os últimos acontecimentos de uma cidade ou região. Esses são alguns exemplos de como o jornalismo traz informações de interesse público à população. Mas, ao assistir a um telejornal com texto verbal ligado à imagem, o público compreende e se identifica com as representações do real que a televisão tenta se aproximar. Não há como negar que o telejornalismo pode trazer uma transformação social em qualquer região. “A televisão regional tenta fazer a relação do meio em que se vive, ou seja, do local onde ela está inserida e dos elementos que caracterizam a região em que se tem cobertura” (Lisboa Filho; Ferrari; Barcelos, 2012, p. 20). Esse “elo” descrito pelos autores pode ser entendido no senso comum como a cultura e a identidade de um povo, mas cabe neste primeiro momento diferenciar esses dois conceitos.

Nos estudos de Antropologia, a cultura é vista com significados diversos e, muitas vezes, contraditórios. O sociólogo polonês Bauman (2012) afirma que a cultura funciona como um roteiro comportamental que dita a forma como os indivíduos e comunidades organizam seus valores e costumes, limitando e padronizando as ações do homem. Já identidade, por sua vez, é entendida por Lisboa Filho, Ferrari e Barcelos (2012) como um conjunto de características de um indivíduo ou grupo que possui os mesmos costumes e regras morais, e tem relação com o sentimento de pertencimento a um lugar, espaço e tempo. É a partir desta última definição que a televisão surge como um reforço de determinadas ações que se espera assumir enquanto indivíduo em uma sociedade, formada por escalas de poder e leis que regem os comportamentos de vários grupos, independentemente de seu poder econômico ou político. Muitos autores, inclusive, afirmam que essa mídia também exerce a função pedagógica tanto na responsabilidade de informar acontecimentos de uma região ou país, como trazer à tona informações técnicas de diversos campos de conhecimento ao público, como pesquisas relacionadas à saúde humana, descoberta de outros planetas, etc. Pereira Junior (2009) destaca em sua pesquisa a ideia de que o telejornalismo funciona como um “lugar” de referência, onde enxergamos como vivemos e quem somos. O autor pondera que os jornalistas trabalham com a premissa de tornar o mundo mais compreensível.

Há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de “poder mostrar”, de “poder dizer” e de “poder analisar”. O jornalismo se auto-referencia como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade (Pereira Junior, 2009, p. 80).

Ao enunciar uma notícia de uma cidade ou região, o jornalista pode usar artifícios para aproximar ainda mais o público, criando uma noção de proximidade ainda maior com quem assiste, como o uso de gírias, expressões, sotaques na narração da notícia em questão. Há, ainda,

a hipótese de que essa terminologia além ser um tipo de valor-notícia<sup>4</sup> no campo do jornalismo, também funciona como um dispositivo de qualidade no telejornalismo.

Muitos autores afirmam que a proximidade semântica dos termos regionalização, regionalismo e regionalidade são usados de forma equivocada e frequentemente sobrepostos. A princípio, a terminologia da palavra região tem origem do latim “regio”, que remete a direção, é definida como a “extensão de um país ou um território que se diferencia pelos aspectos geográficos ou sociais” (Região, c2023). Dessa maneira, Lopes (2015) salientam que “regionalizar” não significa apenas dividir espaços, mas ocupar ou ressignificar partes de territórios por meio de intervenções midiáticas que busquem diferenciar-se daquelas já desenvolvidas nas áreas centrais. Os autores fazem uma crítica à noção de “interior” empregada pelos grupos tradicionais de mídia, que usam o termo com base nas divisões de cidades menos desenvolvidas economicamente em comparação com grandes metrópoles. A palavra “região”, por sua vez, traz diversos contrapontos nos estudos epistemológicos da Nova Geografia, que rompeu o conceito de que a região está ligada ao aspecto espacial e geográfico em sua descrição, mas se relaciona com o meio e quem o ocupa. Corrêa (2003) afirma que a partir da década de 1970 surgiu uma corrente influenciada pelo pensamento marxista, que reconhece a noção de “região” como fruto do capitalismo e acumulação de riquezas de determinados territórios, que segrega os que tinham bens dos que não tinham. Entretanto, outra corrente surgiu no mesmo período rebatendo essa premissa ao afirmar que a região pode ser compreendida como um valor ligado ao vínculo de pertencimento em um território, tornando a dimensão regional como um espaço a ser vivenciado, conforme descreve Corrêa (2003). Embora as teorias analisem aspectos geográficos e econômicos, o homem e a natureza são os principais atores nas reflexões voltadas à compreensão da região como palco das discussões sobre geografia regional. O termo “regionalização” pode ser compreendido como “uma estratégia que necessita desenvolver seus próprios instrumentos de gestão, de acordo com um programa político” (Pozenato, 2003, p. 7). O autor pondera que o espaço demarcado será gerido a partir das forças que o operam, podendo ser excludente dependendo dos modelos de gestão. A partir dessa premissa, podemos considerar que as regiões economicamente mais ativas são comumente mais destacadas nas edições de telejornais com ampla cobertura, como na TV Verdes Mares, onde o sinal é transmitido em todo o Ceará. Vale ressaltar que a emissora também conta com uma sucursal no Cariri, que faz coberturas em campo na região Sul, parte do Vale do Jaguaribe e Sertão dos Inhamuns. A partir

---

<sup>4</sup> Traquina (2005, p. 78) defende que o valor-notícia “está em todo processo de seleção dos acontecimentos e no processo de elaboração da notícia”.

dessa compreensão, é possível perceber que o reconhecimento do “regionalismo” enquanto fator social diz muito como os indivíduos se “enxergam” ao assistir um telejornal a partir das construções de sentido empregadas pela narrativa da televisão. O regionalismo, por sua vez, é definido como “uma expressão da luta de classe dentro do território, representando as manifestações hegemônicas ideológicas” (Bodart, 2020, p. 2). Essa reflexão é complementada por Pozenato (2003), que afirma que o regionalismo usa articulações da regionalidade para criar um espaço simbólico de manifestação onde há uma lógica excludente.

A regionalidade, termo que será usado neste trabalho, trata-se da vivência, das representações e singularidades regionais de cada realidade, a partir da noção de “ser regional”, trazida por Haesbaert (2010, p. 8):

A regionalidade envolveria a criação concomitante da “realidade” e das representações regionais, sem que elas possam ser dissociadas ou que uma se coloque, a priori, sob o comando da outra – o imaginário e a construção simbólica moldando o vivido regional e a vivência e produção concretas da região, por sua vez, alimentando suas configurações simbólicas.

A partir dessa compreensão, é possível perceber que o reconhecimento da “regionalidade” enquanto fator social diz muito como os indivíduos se “enxergam” ao assistir um telejornal. A justificativa para a escolha deste termo nesta pesquisa se dá pela relação do seu significado com o olhar subjetivo das construções de sentido que serão analisadas nas edições dos telejornais para avaliar o nível de qualidade dos conteúdos audiovisuais, não apenas o caráter simbólico do seu termo, mas todo o contexto social que o permeia. “Nem por isso podemos, mesmo nesses casos, reduzir a regionalidade exclusivamente à dimensão simbólica ou a uma perspectiva de fundamentação idealista” (Haesbaert, 2010, p. 8).

Por muito tempo, estudiosos resistiram em reconhecer que as referências geográficas e territoriais se relacionam com as tecnologias da informação e, com elas, as variadas formas de manifestações culturais trazidas com a internet, processo investigado na Geografia da Comunicação (Lopes, 2013). O espaço, neste caso, torna-se um elemento de observação da nova realidade online, em que a internet interfere na forma como são formadas as interações entre indivíduos, instituições e grupos sociais em ambientes paralelos, segundo declara Moreira (2012, p. 16), referência nos estudos de Geografia da Comunicação e Mídia. A partir dessa reflexão, Ota e Rodrigues Filho (2019) declaram que a regionalidade, manifestada a partir da noção de pertencimento, se estabelece independentemente dos limites definidos de um território. “Exemplos conhecidos disso são as regiões midiáticas que podem estar limitadas a bairros ou a conglomerados de cidades” (Ota; Rodrigues Filho, 2019, p. 84). Para além disso, a

regionalidade embarca em contextos cercados por conflitos de poderes políticos, econômicos e sociais (Mourão; Mafra, 2023, p. 26):

A regionalidade, dessa forma, encontra-se explícita e inevitavelmente presente nos processos comunicativos – ainda que latente ou subsumida de sua identificação sócio-cultural-territorial, em nome de um imaginário universal (falido) posto como central.

Mas como isso se aplica ao jornalismo? A imprensa faz seu papel como agente social ao informar os acontecimentos e reforçar a identidade de uma cidade ou região ao pautar assuntos de interesse público. É o que reforça Peruzzo (2005, p. 69) ao afirmar que a “mídia local existe desde que surgiram os meios de comunicação de massa”. Peruzzo (2005) complementa que o interesse da grande mídia pelo “local” no Brasil tem relação com questões comerciais e menos pelo lado regionalizado, uma herança que se concretizou após a globalização nos anos 1990. Os telejornais de emissoras afiliadas que integraram a cobertura da Rede Globo firmaram pequenas parcerias entre empresas e os grupos de mídia existentes em cada região, fato que influencia até hoje a forma como emissoras regionais lidam com questões políticas e econômicas de cada estado. “Houve a superação da tendência pessimista de considerar que as forças globalizadas – da economia, da política e da mídia – detêm o poder infalível de sufocar as sociedades e as culturas nos níveis nacional e local” (Peruzzo, 2005, p. 74).

Mas antes de aprofundar as questões sobre o jornalismo (especificamente o telejornalismo) e a sua relação com a regionalidade, cabe trazer aspectos que diferenciam o entendimento de mídia regional e mídia local. A autora pondera, inclusive, que os termos são frequentemente usados de maneira equivocada pelas mídias tradicionais em suas coberturas, principalmente quando se discute barreiras físicas (fronteiras geográficas) e aspectos culturais (costumes e valores). Pinto (2013) observa que não existe uma classificação geral na comunidade científica que diferencie as mídias regionais das nacionais, mas apresenta suas próprias definições que ajudam a compreender o nível de abrangência e atuação das mídias no Brasil. Para isso, propõe a divisão de três categorias da mídia regional: supraestadual (que ultrapassa ao estado de origem e têm filiação com grupos de referência nacional); estaduais (a cobertura é concentrada na capital e, então, distribuída nas demais cidades) e os sub-estaduais (que tem cobertura apenas em alguns municípios). A autora pontua que a mídia regional carrega uma tendência de ter menor porte tecnológico e mais dependência política em sua esfera de atuação.

Ao mesmo tempo, a mídia local tem características que se assemelham à configuração citada por Pinto (2013). Ainda assim, Dornelles (2008) considera que há dois principais tipos de jornais locais: os que respondem a uma lógica mercadológica de uma empresa jornalística atuante em uma área específica, que prioriza assuntos de interesse público de um contexto estritamente local e usa uma comunicação bem popular. O outro pode ter traços de caráter comercial, mas destaca temáticas ligadas à cidadania, educação e participação popular na garantia de direitos básicos à população. “O primeiro tipo é mais apropriado para enquadrarmos os jornais locais do interior; o segundo, para os jornais de bairro de propriedade de jornalistas ou de associações de moradores” (Dornelles, 2008, p. 166). A autora condena a forma como os jornais locais usam o termo “comunitário” de forma equivocada para transparecer a ideia “nós fazemos a sua cobrança” e fortalecer a relação de confiança, distorcendo a ideia do que é o jornalismo comunitário. Para a autora, este pode ser entendido como:

Divulgar assuntos, específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional; ter como principal motivação o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania; apresentar conteúdos que digam respeito às necessidades, problemáticas, artes, cultura e outros temas de interesse local, como por exemplo, notícias das associações de moradores do bairro, matérias de saúde com enfoque preventivo, matérias educativas; campanhas para educação ao trânsito e proteção do meio ambiente, fazer reivindicações de serviços públicos de uso coletivo e outras informações de utilidade pública; contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população, visando a superar as desigualdades e instaurar mais justiça social. Ao final, a estratégia principal é interagir com a comunidade local, enfocando temas específicos do lugar (Dornelles, 2008, p. 167).

Além disso, Ferro (2018) se debruça em sua pesquisa em discutir a interferência dos laços políticos e comerciais dos grupos de maior poder econômico, que podem influenciar na atuação das mídias regionais quanto à representatividade das populações dos pequenos municípios ou até mesmo de movimentos sociais. A autora traz à tona a forma como os veículos regionais usam com frequência notícias nacionais ou replicam material de agências para baratear o custo de capital humano e se manter neutra em relação aos temas políticos de sua região. Tal afirmação responde a um questionamento pertinente sobre a forma como notícias de cunho político são abordadas em emissoras regionais, principalmente se existem parcerias comerciais com os veículos e isso não é explícito ao público.

Outra crítica reforçada por Ferro (2018) é o uso frequente do “jornalismo declaratório”, que consiste no uso de fontes oficiais ou indicações de assessorias de comunicação, comprometendo a qualidade da informação. No caso da TV Verdes Mares, foco deste trabalho, o que se nota é que as notícias são tratadas a partir da afirmação de fontes oficiais ou órgãos

públicos. Outras fontes, como especialistas, ativistas ou líderes comunitários entram em “segundo plano”, seja para reforçar a veracidade do assunto em questão, opinar sobre determinado tema ou prestar orientações sobre uma situação-problema. A maioria das notícias exibidas nas quais a população é a fonte central da história são em matérias de denúncia sobre serviços ou patrimônios públicos, além de reportagens longas que mostram o drama de uma instituição ou personagem em crise que precisa da “solidariedade” do público.

Alguns autores argumentam que um dos elementos centrais que caracteriza o telejornalismo local é a proximidade com a comunidade. Essa “relação” se firma pela cobertura das peculiaridades de cada região e da capacidade de narrar um fato com várias perspectivas a partir da visão do cidadão e das comunidades que vivem no entorno, conforme descreve Peruzzo (2005). A autora critica a forma como alguns veículos perdem esse caráter ao dar mais espaço às fontes oficiais por mero interesse comercial e refuta que essa prática “deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma ‘comunidade’” (Peruzzo, 2005, p. 81).

Por outro lado, Oliveira Filho (2019) comenta que a proximidade é muito mais complexa do que a relação entre jornalistas e a população e está presente na territorialidade firmada entre os veículos e no campo cultural, nas audiências, nas notícias abordadas e outros fatores que vão além do valor-notícia. Além disso, Camponez (2012) complementa que esse elemento se torna uma dimensão simbólica nas mídias regionais dentro de um território com afinidades de valores e regras sociais.

Comunidades que se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada – e onde intervêm critérios como o espaço geográfico de implantação do projecto editorial; o lugar de apreensão, recolha e produção dos acontecimentos noticiados; o espaço privilegiado de difusão da informação; o tipo de conteúdos partilhados e de informação disponibilizada; enfim, a definição dos públicos (Camponez, 2012, p. 36).

Essa “definição de públicos” citada por Camponez (2012) vai ao encontro ao que este trabalho sugere ao considerar que os veículos da TV Verdes Mares tratam a dimensão regional ou local como um dos elementos-chave na rotina jornalística, seja na cobertura de acontecimentos ou principalmente no reforço desta característica na relação jornalistas e público. Nessa mesma premissa, outros elementos diluídos nesta discussão, como noção de proximidade, são observados na forma como as notícias são narradas, na cobertura geográfica e econômica e na abordagem de temas virais que circulam nas redes sociais dessas comunidades, bairros ou cidades. O último ponto traz à tona outra questão: as emissoras locais usam esse artifício para reafirmar a ideia de que “nós investigamos essa informação, que pode

ou não ser real”, estreitando os laços de confiança com os grupos que acompanham os dois meios.

Ainda sobre os laços de pertencimento que fazem parte da reflexão sobre o jornalismo local e regional há também o uso de sotaques e gírias de jornalistas. O assunto já foi palco de várias críticas em relação ao “padrão” de fala na televisão brasileira. Muitas pesquisas se aprofundaram em discutir as diferentes vertentes sobre as representações sociais dos sotaques. Mendes (2006) afirma que a grande mídia reproduz um “falar” de uma região específica, geralmente de prestígio, excluindo outras falas de outras regiões e elegendo uma fala “padrão”. “O que faz com que se pense que o sotaque padrão seja melhor, mais compreensível e mais bonito é o fato de que ele evidencia a região de procedência do falante, nesse sentido, o sotaque é o reflexo da imagem que se tem desses lugares” (Mendes, 2006, p. 40). O autor apresenta um ponto marcante no telejornalismo brasileiro em 1983: a divisão entre os assuntos de “rede”, ou seja, com escala nacional e o de âmbito comunitário, com transmissão dos telejornais ou praças<sup>5</sup> restritas ao estado ou cidade por uma afiliada à Rede Globo.

Este “divisor” de águas trouxe mudanças no jornalismo da emissora nas décadas seguintes, que se perpetuam até os dias atuais. Azeredo (2019) afirma que após a exibição da primeira edição do Jornal Nacional, em 1970, a Globo entrou em um processo de “neutralização” da fala e dos sotaques regionais para que eles não ofuscassem as notícias. Essa conduta por parte dos jornalistas se tornou uma das diretrizes do Padrão Globo de Qualidade, descrito nos Princípios Editoriais do Grupo Globo (Princípios [...], 2011). Assim, a autora acrescenta que a forma como os acontecimentos são ditos e entoados (dependendo do assunto em questão) pode influenciar no interesse do espectador e na crença da notícia. Além disso, os modos de fala dos jornalistas trazem um sentimento de reconhecimento às raízes sociais e culturais de determinado lugar. “O telespectador se reconhece na ‘telinha’, ou busca por meio desta a legitimação do seu discurso, e para tal o regional se torna um elemento fundamental no estabelecimento de um discurso pautado na realidade concreta” (Batista; Figueiredo, 2009, p. 3). Dessa forma, a problematização da cobertura de fatos em determinadas regiões em dissonância de outras, a noção de proximidade e a análise do uso sotaques, gírias e expressões se mostram relevantes sob a ótica da análise da qualidade no telejornalismo, o que veremos nos capítulos seguintes.

---

<sup>5</sup> O termo ‘praça’ surgiu a partir de 1981 quando a TV Globo lançou a rede de afiliadas por todo o país. “O jornal se caracteriza pela cobertura do noticiário local, do interior, das notícias internacionais e nacionais e pela apresentação de flashes ao vivo, das cotações da bolsa de valores e a previsão do tempo” (Tv Globo, 2022).

### **2.3 Infotimento: de tendência a mecanismo de sobrevivência**

Não há como negar que a televisão vivenciou diversas transformações tecnológicas e sociais que estimularam a criação de novos formatos (e rupturas), abordagens e inovações para se manter firme do ponto de vista mercadológico e midiático. No telejornalismo, por exemplo, percebe-se que o modelo manchettato das notícias, narrado em um texto televisivo formal, passou a ser visto como algo antiquado. Em um contexto atual onde reter a atenção do público se torna uma tarefa árdua, os telejornais adotaram posturas informais e linguagens populares na tentativa de simular um vínculo com o espectador. Há ainda os que mesclam uma postura “humorística” dentro do telejornal para quebrar o estereótipo da seriedade e, de quebra, trazer temas mais “leves” para divertir o público, como pautas que retratam uma realidade de forma cômica, acontecimentos marcantes sobre um personagem pitoresco ou de grupo, assuntos virais que circulam nas redes sociais, curiosidades etc.

Dessa maneira, o uso frequente do entretenimento nos jornais locais tem sido tema de diversas pesquisas acadêmicas. Uma das pesquisadoras referências na área reconhece essa prática como infotimento. Dejavite (2007) aponta que esse tipo de jornalismo mescla a missão de informar e ainda entreter o público ou, em termos práticos, “entreter com informação”. Para a autora, outras características também estão ligadas ao modelo, como a narração e o formato dos programas (entradas ao vivo, reportagens, entrevistas em estúdio etc.). “Pode-se afirmar que a definição de seu conteúdo esbarra em conceitos pré-estabelecidos tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico, pois estes se detêm na contraposição daquilo que se convencionou como conteúdo sério e conteúdo não sério dentro do jornalismo” (Dejavite, 2007, p. 3). A autora destaca que o infotimento é compreendido como uma notícia light, algo produzido para ser visto de forma rápida e divertida aos olhos do público. “Ao que parece, nada mais é do que a solicitação feita pelo receptor da sociedade da informação. Ele espera encontrar na matéria suas necessidades e seus interesses de informar e formar, mas também distração e a vivência do fato” (Dejavite, 2007, p. 6).

Diversos pesquisadores antagonizam críticas sobre estudos de recepção da televisão ao longo das décadas ao apontar que os veículos se concentram nos índices de audiência e nos lucros comerciais, principalmente com a chegada de novas tecnologias - e com elas as redes sociais. Se o espectador pode se informar em tempo real quanto aos acontecimentos pela tela do celular e não necessariamente ao acompanhar as notícias de um telejornal, novos formatos e linguagens surgem como alternativas para informar e “distrair” o receptor como questão de sobrevivência. “Recuperar público não está em questão, mas talvez a manutenção da rotina de

quem assiste tem se tornado o grande desafio. Nesse sentido, o entretenimento tem conquistado novos espaços na mídia televisiva” (Belém, 2015, p. 3).

O autor pondera que essa “hibridização” de gêneros ainda é tema de pesquisas e não possui definição concreta, mas replica que essa demanda também tem relação com costumes e valores culturais associados à televisão. Por exemplo, se é um telejornal matutino, é frequente o uso de reportagens com discursos populares e informais sobre saúde ou prestação de serviços ligados ao ensino ou mercado de trabalho no horário em que a maioria da população começa as tarefas do dia. Essa prática é percebida no Bom Dia Ceará, telejornal da TV Verdes Mares, foco deste trabalho. É perceptível que os jornalistas usam expressões populares ou reforçam afirmações de senso comum em entradas ao vivo longas, seja com o intuito de deixar a exposição da notícia mais “informal” ou preencher o tempo de produção. “A impressão que dá ao observador é que essa participação estendida na integração entre repórteres e apresentadores seria para preencher o tempo de fechamento dos telejornais do que propriamente para fornecer mais informações” (Vasconcelos, 2019, p. 74). A autora argumenta que essa distorção pode comprometer a qualidade da informação.

Por outro lado, essa prática observada nos telejornais é vista por Gomes (2009) como uma estratégia midiática e não somente uma articulação específica da hibridização para atrair a atenção do espectador. Para a autora, o infotainment não se caracteriza como um novo gênero na televisão, mas utiliza técnicas para apontar os conteúdos que giram em torno da vida cotidiana (voltadas para o lazer) e as formas de consumo. Dessa forma, o infotainment exerce uma função de não-gênero ao classificar os grupos de programas e formatos que não se enquadram em nenhum outro gênero reconhecido na televisão.

O infotainment parece ser o resultado de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência. Neste sentido, enquanto estratégia, o infotainment potencializa a criatividade e não interdita a qualidade (Gomes, 2009, p. 209).

Podemos considerar então que o infotainment é uma replicação de formatos já existentes na televisão com o intuito de trazer um efeito de “inovação” no campo do telejornalismo. Para Fachine (2001), os gêneros televisuais são unidades de uma programação transmitida em uma sequência lógica em tempo real. Para ela, classificar os gêneros como “televisual” ou “radiofônico”, por exemplo, é sugerir que eles são “gêneros de base” e que o conceito de “formato” traduz toda a dinâmica de produção na televisão.

Proponho que tentemos compreender esse “gênero de base” da televisão como um formato. A noção de formato não se confunde, de maneira alguma, com a de programa. Cada programa na televisão já é o resultado de uma combinatória de formatos. Qualquer tentativa de definição do formato, entendido aqui como sendo essa matriz organizativa das mensagens televisuais, acabará repetindo (Fechine, 2001, p. 18).

Além disso, alguns autores defendem que o telejornalismo permitiu uma aproximação maior com o público dentro do escopo do infotainment. Os jornalistas de televisão abrem espaço para que os espectadores realizem comentários ou reforcem a participação do programa com cumprimentos de bom dia ou felicitações em datas comemorativas, como um momento de “descontração” no roteiro do jornal. “Se antes o espectador era considerado apenas o receptor, hoje existe a possibilidade cada vez maior do público participar, interagir e contribuir” (Belém; Bárbara; Alencar, 2019, p. 66). Atualmente essa relação é feita de forma instantânea, seja durante e após a transmissão dos telejornais, considerando que alguns programas abrem espaço para exibir ao vivo mensagens pré-selecionadas dos espectadores como uma ideia de jornalismo participativo. Nestes casos, o uso do *Whatsapp* é bastante comum e substitui o “telefone da redação”, que era o principal elo de comunicação entre os jornalistas de televisão e o público. Em contrapartida, a nova configuração se mostra outra: os espectadores assistem aos telejornais com os smartphones na palma da mão e, muitas vezes, até cobram a exposição da sua mensagem na edição do programa. Além disso, os telejornais também passaram a produzir chamadas e conteúdos especiais em seus perfis nas redes sociais com um discurso ainda mais informal na tentativa de chamar a atenção da audiência que está imersa na internet. O discurso informal voltado para o entretenimento tem sido observado durante momentos de interação com o público, o que reforça a hipótese de que essa dimensão de qualidade tem estreita relação com a noção de proximidade com a audiência empregada pelos veículos.

Há ainda outra questão pertinente: se por um lado a disputa pela audiência trouxe a hibridização de gêneros ou o infotainment como uma das estratégias para captar a atenção e interação do público, por outro cabe repensar como o comportamento das audiências tem alterado as rotinas produtivas e os modelos de negócio dos telejornais nos últimos anos, tema que discutiremos no próximo capítulo.

Na tentativa de sintetizar ou resumir os indicadores para facilitar a sistematização desta pesquisa chegou-se à conclusão de que as seguintes dimensões de qualidade da produção telejornalística se destacaram: **1) regionalidade, 2) diversidade, 3) interesse público, e 5) participação.** A justificativa se deve na interrelação entre cada indicador e no número de vezes em que foi citado pelos autores, demonstrando sua relevância. Consideramos que a diversidade

está ligada à variedade de fontes ouvidas, ao cardápio de formatos apresentados ou “inovadores” e, com eles, os conteúdos com temáticas variadas na mesma edição de um telejornal e os seus formatos. A proximidade, por sua vez, se relaciona com a participação do público nos telejornais, criando um senso de pertencimento ao telejornal, na forma como determinada cultura é retratada e o recorte social mais utilizado. Por isso, optamos por incluir dois aspectos essenciais para avaliar esse possível indicador: o âmbito da realidade: identificando o nível de abrangência na cobertura de fatos nas regiões do Ceará para saber se há áreas menos privilegiadas e a participação da audiência, concentrada em investigar como os telejornais enquanto produtos audiovisuais se relacionam com os espaços de ambivalência (redes sociais e plataformas); canais de escuta e suas singularidades (aplicativos de mensagem, ligação) e espaços de participação do público nos telejornais (ao vivo ou previamente gravado).

Embora o interesse público seja um elemento com sentidos diferentes, usaremos referências de Sartor (2018) e Nogueira (2017). O primeiro autor pondera que há uma disputa entre grupos sociais para definir esse conceito, que muitas vezes está atrelado à noção dos acontecimentos noticiáveis ligados aos critérios de valor-notícia ou temáticas que afetam a dinâmica da sociedade, como política, economia, violência, entre outros. Por outro lado, existem pautas de grupos marginalizados que ainda buscam legitimação e direitos na sociedade, como o movimento feminista, indígena e LGBTQIA+, por exemplo. “No processo de construção social do interesse público, muitas vezes são os interesses de parte do público em determinado acontecimento que conferem relevância social a ele” (Sartor, 2018, p. 7). Por isso, o autor elencou quatro dimensões dentro da discussão sobre interesse público que serão consideradas para esta pesquisa: a dimensão da relevância dos fatos noticiáveis, a dimensão da construção da notícia visando ao esclarecimento, a dimensão do papel de vigilância socialmente atribuído ao jornalismo e a dimensão dos interesses do público no consumo de informações (Sartor, 2018, p. 7). O pesquisador explica que as três primeiras dimensões estão relacionadas ao papel atribuído às grandes mídias em incorporar o discurso da ética e da democracia na atividade jornalística. A última dimensão, contudo, concentra-se em reter a atenção das audiências com pautas eleitas importantes para o público para manter a audiência e o pleno funcionamento dos veículos. Nas definições metodológicas deste trabalho, consideramos o papel de vigilância no jornalismo uma dimensão que aparentemente se alinha ao perfil editorial dos telejornais da TV Verdes Mares, considerando as narrativas reforçadas por apresentadores em discursos como “O Ce1 está junto com você e para você” durante a condução de reportagens de denúncias e também a quantidade de conteúdos dessa natureza. Por isso, utilizaremos essa dimensão como um dos elementos no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística,

por meio do mapeamento de matérias de denúncia, classificando se os conteúdos carregam teor de denúncia ou não.

Nogueira (2017), por sua vez, traz em sua dissertação a estreita relação do Jornalismo e das mídias de comunicação com o interesse público, principalmente em sociedades em que a democracia permeia. Há a premissa de que o interesse público, muitas vezes, está associado a assuntos de relevância que atinjam um coletivo ou à temáticas como saúde, educação, segurança, mas a autora enfatiza que tal pensamento não se aplica inteiramente ao Jornalismo. Para Nogueira (2017), nem sempre os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade, alinhados à ética do exercício da profissão, se relacionam com o interesse público e sim com o interesse do público, alinhado com parâmetros de audiência e assuntos que “chamam atenção”, como por exemplo assuntos de comportamento ou celebridades.

Contudo, a questão é mais complexa se notarmos, por exemplo, que a credibilidade é fator essencial para a criação e o desenvolvimento de relações de consumo. Talvez se possa dizer, então, que a credibilidade se constitui de diferentes maneiras a depender da diversidade de interesses que compõem o público de um dado veículo (Nogueira, 2017, p. 73).

A autora destaca uma questão pertinente neste contexto: como as notícias são selecionadas com base nesse paralelo tão contraditório? Percebe-se, então, que os critérios de noticiabilidade, os valores-notícia e a preferência de assuntos da audiência revelam várias camadas sobre a complexidade do que é o interesse público. Para facilitar a reflexão, a autora pontua dois tipos de elementos que se distinguem o carácter dos fatos: “o importante, ou o que todos devemos saber, e o interessante, aquilo que é agradável conhecer” (Nogueira, 2017, p. 78). A autora considera que a pluralidade e o equilíbrio são elementos-chave na busca pela democracia da sociedade, em que há espaço para descrever as versões dos fatos e ainda acompanhar as suas repercussões, sem influências de opiniões políticas ou partidárias. “Desse modo, o pluralismo é aqui entendido como requisito indispensável a ser cumprido pelas instituições jornalísticas, com a contribuição do Estado, sempre que necessário” (Nogueira, 2017, p. 78). Com base nisso, a autora manifesta que a pluralidade de fontes é um elemento que se relaciona com o nível de interesse público de um veículo jornalístico. A autora considera, então, os seguintes elementos na discussão: “o tipo de fato relatado, o tema ou assunto abordado e a qualidade do conteúdo trazido pela notícia” (Nogueira, 2017, p. 77), elementos que serão utilizados na ferramenta elaborada nesta pesquisa, no caso, o Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística.

Em relação à diversidade, trazemos conceituações nos referenciais teóricos deste trabalho sobre tipos de fontes (Schmitz, 2011), formatos (Boaventura, 2020) e temáticas

(baseadas nas percepções de temáticas utilizadas nos telejornais da TV Verdes Mares, descritas no 5º deste trabalho). Na tipologia de fontes, trazemos reflexões sobre os perfis das fontes (oficiais, testemunhais, institucionais, empresariais, individuais, especializadas ou referenciais), a natureza de suas ações (ativas, passivas, proativas ou reativas) e o nível de qualificação, descrevendo quais são consideradas confiáveis, fidedignas ou duvidosas. Sobre os formatos utilizados no telejornalismo, Boaventura (2020) traz referências quanto à compreensão dos tipos mais utilizados na televisão brasileira, tais como: reportagens, entradas ao vivo, notas peladas, notas cobertas, telões, boletins, entre outros (ambos descritos no 5º capítulo deste trabalho, voltado para as definições metodológicas). O autor pondera que as entradas ao vivo têm sido cada vez mais utilizadas nos telejornais, mesmo sem mostrar os fatos nas transmissões, apenas com as narrações das informações, conforme evidenciado nas edições analisadas do Jornal da Globo, objeto de estudo em sua pesquisa (Boaventura, 2020, p. 69).

Esquematizamos abaixo os processos e seus respectivos indicadores:

**Tabela 2 - Análise da qualidade telejornalística e os seus indicadores**

<b>Processos relacionados ao telejornalismo</b>	<b>Dimensões mapeadas</b>	<b>Indicadores</b>	
<b>Cobertura</b>	Regionalidade	Âmbito da realidade: (dimensão geográfica e simbólica): presencialidade do repórter, nível de abrangência das regiões, tipos de agentes ouvidos	Participação: Espaços de ambivalência dos telejornais (redes sociais e plataformas); canais de escuta e suas singularidades (aplicativos de mensagem e ligação, telefones) e espaços de participação do público nos telejornais (ao vivo ou previamente gravado)
<b>Gestão do conteúdo</b>	Diversidade	Diversidade: variedade de fontes, formatos e temáticas abordadas nos telejornais	
	Nível de Interesse público	Interesse público: Analisar os fatos noticiáveis dentro de sua relevância social; da vigilância vinculada à atividade jornalística e do esclarecimento de informações ao público, além de fatos que se alinham aos interesses de grupos marginalizados	

Fonte: Elaborada pela autora.

Desse modo, entendemos que a regionalidade e a gestão do conteúdo são elementos que podem se relacionar com os indicadores apresentados e por isso serão tratados como processos relacionados ao telejornalismo dentro desta análise, considerando que são possíveis agentes influenciadores na produção de conteúdo e na forma como as notícias são elaboradas e apresentadas ao público. Partindo deste princípio, o objetivo é entender quais relações são estabelecidas e como isso impacta a qualidade audiovisual dos telejornais da TV Verdes Mares. Com base na discussão sobre a qualidade telejornalística, chegamos às questões que orientam nossa pesquisa, e que repercutem no referencial teórico que vai dar suporte às reflexões:

Temos então uma relação de questionamentos ligados ao tema central que motivou este trabalho: como mensurar a qualidade de produção dos telejornais, especificamente da TV Verdes Mares, afiliada à Globo no Ceará, a partir da ótica do conteúdo informativo, levando em consideração os critérios de **proximidade, regionalidade e diversidade de fontes, formatos e temáticas**. Vale ressaltar que neste primeiro momento todas as dimensões de qualidade mencionadas serão relevantes para o contexto desta pesquisa. O próximo tópico deste trabalho tenta destacar como os autores compreendem a regionalidade e o infotenimento, de que forma eles são tratados nas pesquisas e como a abordagem de cada dimensão é tratada na reflexão sobre a qualidade no telejornalismo local.

Ressaltamos que a regionalidade e o infotenimento não foram encontrados nas discussões do estado da arte sobre qualidade no telejornalismo. Mas, a partir dos processos de observação de campo, e da vivência junto aos procedimentos de produção telejornalística da TV Verdes Mares, estão sendo incorporados como dimensões relevantes para mensuração da qualidade telejornalística. Razão pela qual nos detemos, nesta parte da pesquisa, em fazer uma discussão conceitual sobre tais elementos. O infotenimento, por sua vez, não é compreendido como um tipo de indicador de qualidade e por isso não foi incluído nos dois processos relacionados às dimensões de qualidade, mas sim um tipo de abordagem que pode estar intrínseca ou não nas conduções dos conteúdos, e mais relacionado com a percepção dos jornalistas que este tipo de recurso traz maior engajamento ou atenção do público.

### 3 TRANSFORMAÇÕES NO AMBIENTE TELEJORNALÍSTICO E REPERCUSSÕES NA QUALIDADE

#### 3.1 Audiência dos telejornais locais: novas métricas e perspectivas

Os telejornais ainda fazem parte da rotina de milhares de brasileiros mesmo após tantos anos no ar. Coutinho e Mata (2010) sugerem que os telejornais cumprem uma função pública em meio a um cenário de desigualdade marcado pela falta de acesso a direitos básicos como saúde, educação e segurança. Gomes (2006, p. 4) pondera que “os telejornais se configuram somente a partir das possibilidades tecnológicas oferecidas pelos séculos anteriores, mas na conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas e sociais”. Os produtores e jornalistas criaram suas rotinas produtivas a partir do fazer jornalístico e das circunstâncias do fazer jornalístico, citados por Guerra (2003, p. 164). O primeiro diz respeito ao processo de produção da notícia seguindo a ética jornalística e o segundo, por sua vez, às condições de produção (recursos e técnica) e também aos constrangimentos políticos e interesses econômicos nos quais “o fazer jornalístico” se insere. Essa descrição, por sua vez, levanta uma reflexão pertinente: as rotinas produtivas no telejornalismo eram pautadas principalmente a partir da lógica capitalista “da oferta e da procura” e a audiência funcionava como um “termômetro” para aferir o nível de satisfação ou aceitação de um grupo. Contudo, o atual contexto midiático trouxe novas dinâmicas e necessidades no eixo que norteia a audiência dos telejornais, e é o que veremos a seguir.

Ao longo dos anos, o telejornalismo criou uma “identidade própria”, explorando formatos e características específicas à sua mídia, ao alinhar imagem e som em um termo referenciado por Chion (1993) como “rádio ilustrada”. “É lembrar que o som está sempre em primeiro lugar, o que nunca está fora do lugar campo que está sempre ali, em seu lugar, sem a necessidade de localização de imagem” (Chion, 1993, p. 123, tradução nossa)<sup>6</sup>. Parafrazeando esta reflexão com o contexto do telejornalismo, o som muitas vezes reforça o que a própria imagem já comunica, funcionando como uma espécie de dispositivo pedagógico.

Dessa forma, podemos concordar que a televisão vivenciou diversas transformações, passando da transmissão analógica até a exibição das edições (ou parte delas) em plataformas de streaming, criadas pelas próprias emissoras para alcançar uma parcela da audiência que

---

<sup>6</sup> Michel Chion é um teórico francês, nascido na década de 1950. O autor é referência nos estudos de cinema, música e som.

talvez não acompanhe mais a exibição convencional. Machado (2011) explica que essa “organização” na grade da televisão é intitulada como *appointment TV*, sistema que diferencia os horários das programações com base nas faixas etárias e gênero por cada período do dia ou ainda pelo pico de audiência, o horário nobre, que no Brasil é estabelecido à noite. O autor comenta que esse modelo tornou-se ineficaz no cenário atual, já que as tecnologias fizeram com que o “horário nobre” seja em qualquer momento. “Esse novo tipo de consumidor/produzidor está exigindo experiências midiáticas de uma mobilidade mais fluida, formas de economia mais individualizadas, que permitam a cada um compor suas próprias grades de programas.” (Machado, 2011, p. 88).

Diversos autores se concentraram em estudar os efeitos dessas mudanças na recepção das audiências nos estudos das teorias da comunicação, como a agenda setting, descrita por Wolf (1994, p. 72) “pelo modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circundante”. O autor reitera que o fluxo do agendamento tem repercussões na dinâmica das audiências pela lógica acumulativa dos conteúdos pautados pelas mídias e pelos mecanismos de absorção de conhecimentos do público ligados ao processo cognitivo. McCombs (2014), referência nos estudos sobre a teoria do agendamento na década de 1970, propõe uma nova perspectiva na configuração dos canais de comunicação de massa que coincide com o atual contexto midiático. “Os efeitos do agendamento perduram, mesmo após o surgimento da televisão a cabo e a internet, formando uma ‘osmose cívica’ e inúmeras informações em vários canais de informação” (McCombs, 2014, p. 44, tradução nossa)<sup>7</sup>. O autor acrescenta que a homogeneidade de assuntos entre as próprias mídias influencia a relevância das notícias para o público.

No campo do telejornalismo, faz-se necessário ampliar um olhar em relação às dinâmicas produtivas e no comportamento das audiências. Emerim e Brasil (2014) comentam que antes as emissoras brasileiras operavam com índices expressivos de audiência em um mercado quase monopolizado por grandes conglomerados. Mas quando as redes sociais evidenciaram mudanças na dinâmica do mercado, os veículos “tradicionais” perceberam a necessidade de entender quais eram os perfis de público, o que buscavam ou como atrair novas faixas. Embora a audiência da televisão continue consistente, os telejornais passaram a realizar

---

<sup>7</sup>Maxwell McCombs é um dos pesquisadores referência nos estudos de teoria do agendamento ou agenda setting a partir da década de 1960. “Desde que o estudo original de Chapel Hill com seu colega Donald Shaw cunhou o termo “agenda setting” em 1968, mais de 400 estudos sobre agenda setting foram conduzidos em todo o mundo” (Max McCombs, c2023). A primeira edição do livro foi traduzida em português e em mais seis idiomas. Teórico premiado internacionalmente, ele é professor emérito da Universidade do Texas em Austin, professor visitante da Universidade de Navarra, Viena e também em Santiago, no Chile.

pesquisas para entender o perfil de quem acompanha cada edição e, assim, mirar em estratégias de vendas para reter anúncios que coincidam com os interesses da audiência contemplada.

Tal declaração coincide com os estudos de Vieira e Costa (2021), que defendem que o mercado televisivo brasileiro segue como uma indústria lucrativa, mas sofreu mudanças quanto à gestão de conteúdos das emissoras em um contexto de convergência e acessos às plataformas de streaming. As autoras declaram que “as novas telas – smart TV, smartphones, tablets e computadores – permitem o consumo de conteúdos em diferentes plataformas, da TV linear ao streaming” (Vieira; Costa, 2021, p. 304). Essa ruptura significa que os programas não estão mais restritos ao consumo linear da televisão e podem ser acessados em qualquer hora ou lugar. As autoras afirmam que o consumo de conteúdos audiovisuais na televisão e principalmente na Netflix aumentou consideravelmente após o início da pandemia da covid-19 no Brasil. Durante o período de isolamento social, a Rede Globo trocou as dinâmicas tradicionais do fluxo comercial da programação e apostou em mais conteúdos audiovisuais ao vivo. “Em 2019, 48% das emissões de programação foram ao vivo, e 52% de programas gravados. Por sua vez, em 2020, verificou-se que 53,5% da programação era transmitida ao vivo, e 46,5% dos programas previamente gravados” (Vieira; Costa, 2021, p. 316). As autoras comentam que o “ao vivo” caracteriza o perfil tradicional da TV linear, com programações com horários definidos, e se diferencia dos canais de streaming, como Netflix. Assim, Vieira e Costa (2021) afirmam que tanto a Globo como a Netflix adaptaram suas produções para reter a audiência no início da pandemia: na televisão com foco voltado para o jornalismo e na plataforma de séries e filmes, o entretenimento. “É importante ressaltar que o aumento da audiência nessas plataformas indica que os públicos se vinculam aos conteúdos por diferentes motivos, como gêneros, formatos, personagens, narrativas e temáticas, entre outros” (Vieira; Costa, 2021, p. 323).

O uso vertiginoso de entradas ao vivo pode ser percebido nos telejornais locais, que demonstram a precariedade de recursos para outros tipos de produções ou reforçam a ideia de ineditismo do jornalismo. Alguns jornalistas usam a dramatização de fatos para convencer o público de determinado fato ou até mesmo trazer maior proporção a um acontecimento. Autores como Pereira Junior (2002) declaram que essa prática é resultado de uma pressão vivenciada pelos jornalistas, coagidos a “seduzir” o público pelos números de audiência e indiretamente pelos lucros dos empresários e acionistas. “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” (Pereira Junior, 2002, p. 9).

Temer (2019) evidencia que muitos telejornais locais da Rede Globo passaram a ser vistos em menor proporção na comparação aos nacionais nos últimos anos, e isso exigiu que as

emissoras locais adotassem estratégias para manter o ritmo sustentável da audiência. A empresa implementou um modelo de jornalismo comunitário nas praças na tentativa de frear a audiência de programas de cunho policial das emissoras concorrentes.

Na prática isso representou um aumento das matérias sobre a infraestrutura urbana, ou mais exatamente, a falta de infraestrutura urbana nos bairros periféricos, questões referentes ao trânsito e/ou relativos à falta de escolas e mal atendimento na área de saúde, à violência e segurança pública (Temer, 2019, p. 146).

Esse modelo já “enraizado” em muitos telejornais pode ser observado na TV Verdes Mares, onde há a repetição de pautas nas áreas da infraestrutura, violência urbana e religião ligada ao catolicismo, com raras abordagens de assuntos condizentes com a realidade da maioria da população, como racismo estrutural, machismo, meio ambiente, a diversidade das religiões brasileiras, entre outros. Não é uma característica específica da emissora, mas um aspecto evidenciado em parte dos veículos locais na iniciativa privada do Ceará. Dessa maneira, Emerim e Brasil (2014) voltam a afirmar que telejornais da televisão aberta passaram a concentrar boa parte de sua produção em temáticas defasadas considerando o novo contexto do público, que em sua maioria tem acesso às informações em aplicativos ou redes sociais. Os pesquisadores ponderam que o uso de novos formatos audiovisuais como um complemento à construção de uma notícia televisiva ampla, convergente e dinâmica ainda está longe de ser realizado.

O telejornal perdeu seu prestígio junto às emissoras, não figura mais como um poderoso “dever social” e, como todos os outros programas, tem que “render, dar lucro”, e o seu cerne começa a ser questionado, de certa forma, também a sua função e própria existência neste universo contemporâneo (Emerim; Brasil, 2014, p. 11).

Com isso, Emerim e Brasil (2014) argumentam que a ditadura dos números de audiência impede que a televisão adapte um novo olhar que deveria agregar essa métrica: o nível de recepção e participação do público, criando tecnologias para entender as discussões, comentários, hashtags, registros de imagens ou vídeos, reportagens e compartilhamentos de conteúdos televisivos na internet. “As ‘grandes’ redes de tevê e as ‘grandes’ coberturas jornalísticas continuarão existindo, mas a participação do público através de novas ferramentas como o telefone celular e as redes sociais como FaceBook e Twitter já estão predominando sobre o modelo telejornalístico tradicional” (Emerim; Brasil, 2014, p. 10).

Os dois autores também condenam a forma como as mídias brasileiras avaliam os índices de audiência, considerando apenas o número de pessoas assistindo determinado

programa, excluindo outros critérios que merecem avaliação para construção de uma televisão diversa e com mais qualidade (Emerim; Brasil, 2014). No Brasil, a ferramenta mais conhecida para analisar esse tipo de estatística é a KANTAR IBOPE Mídia<sup>8</sup>. A aferição é medida através da “instalação de um dispositivo chamado peplemeter nos televisores dos domicílios escolhidos através de um levantamento e de amostras do IBGE, onde os dados são atualizados em tempo real e enviados à central da empresa” (Nogueira, 2016, p. 19). Entretanto, o modo como as empresas de radiodifusão analisam o comportamento das audiências tem sido alterado nos últimos anos diante da variedade de dispositivos tecnológicos que possibilitam o acesso à TV ou a concorrência com as plataformas de streaming, que são provedoras de conteúdos variados para diferentes tipos de públicos onde o acesso é remoto e disponível em qualquer hora, rompendo toda a linearidade da programação tradicional da televisão. Nogueira (2020) salienta que parte das programações de TV atuais convergem nas redes sociais ou em streamings próprios, além de oferecer ao público a possibilidade de interação e colaboração com os conteúdos. “A necessidade de inserir o telespectador à sua programação parece ter surgido da preocupação das emissoras em não serem derrotadas pelas novas tecnologias” (Nogueira, 2020, p. 57).

Boa parte do mercado de comunicação já embarcou no emaranhado de métricas de acesso, consumo e hiperconexão trazido com as redes sociais e as plataformas de streaming. Para Godinho (2022), as empresas de mídia agora estão concentradas nas métricas e em cliques, e deixam os profissionais atentos aos alcances das publicações, trazendo impactos nas decisões editoriais. “Ao longo dos últimos anos, o jornalismo baseado em dados e em métricas tem-se misturado com as formas mais tradicionais de jornalismo, sendo que estas técnicas características do ambiente digital têm provocado uma alteração nos tipos de conteúdo que são publicados” (Godinho, 2022, p. 79). Prova disso são os próprios telejornais, que têm replicado formatos que surgiram na internet para criar engajamento e emitir um lembrete de que estão acompanhando o que circula de mais interessante na internet. “A conversa simultânea ao conteúdo televisivo funciona como uma espécie de termômetro, que permite mensurar o impacto e repercussão do programa” (Nogueira, 2016, p. 58). Nas fanpages do Facebook dos veículos, o espaço é visto pelos telejornais como um canal de comunicação com a audiência, onde são exibidas chamadas, trechos de reportagens ou o anúncio de que o telejornal está sendo

---

<sup>8</sup> O Ibope Mídia foi vendido em 2014 para a empresa inglesa Kantar, e se dividiu em duas marcas: IBOPE KANTAR Mídia, sob controle da empresa Kantar (Jardim, 2021). Já a Kantar Inteligência, por sua vez, continuou sob administração da família Montenegro até 2021 (quando encerrou suas atividades). Os familiares e investidores fundaram o Instituto Ipec, concentrado em pesquisas de opinião.

transmitido na televisão (Jesus, 2020). Mas para a audiência, a rede, além de se tornar um caminho de escuta para o telejornal, é um ambiente virtual de protagonismo em que há circulação de comentários, reações, conversas, compartilhamentos e interações sociais, surgindo uma “audiência constelacional”, como classifica a autora.

Também é comum ver o uso de imagens virais oriundas das redes sociais exibidas nos conteúdos dos telejornais ou o inverso: trechos de reportagens nas páginas como Instagram ou Twitter, onde há espaço para compartilhamentos e comentários sobre os conteúdos dos telejornais. Nas páginas das redes sociais da TV Verdes Mares, os conteúdos mais publicados são chamadas de programas locais da emissora e da Rede Globo, além de fotos dos repórteres e apresentadores dos telejornais, com legendas que convidam o público para assistir aos telejornais no ar. O Twitter, por exemplo, é usado como um canal de comunicação onde as mensagens dos usuários que acompanham os telejornais são exibidas durante os momentos de interação no CE1, por exemplo.

**Figura 1 - Mensagens do público são exibidas no CE1**



Fonte: Globoplay, 2023.

Assim, Gallego (2013) reitera que a televisão utiliza a instantaneidade das redes sociais para desenvolver seu conteúdo destinado a uma audiência super conectada. “O que pode parecer um pequeno salto técnico é, na verdade, uma mudança profunda na forma como o conteúdo audiovisual é consumido: é a passagem da programação unilateral para a seleção à la carte” (Gallego, 2013, p. 17, tradução nossa)<sup>9</sup>. Becker, Gambaro e Souza Filho (2015) voltam a

<sup>9</sup> Francisco A. Gallego atualmente é professor de economia da Pontifícia Universidade Católica do Chile e de outras duas instituições. As pesquisas do autor são concentradas nas intervenções educacionais, no desenvolvimento econômico e nos efeitos das tecnologias no fornecimento de informações.

afirmar que essa tendência se mostra uma alternativa necessária para evitar crises nos próximos anos, como a perda de anúncios entre emissoras e praças locais. “Essas emissoras mostram uma busca por alternativas ao modelo de negócios da TV aberta e à migração do público para internet e TV paga” (Becker; Gambaro; Souza Filho, 2015, p. 369). Até mesmo as empresas que trabalham com mensuração de dados na televisão têm se adaptado às novas dinâmicas do mercado midiático. Nogueira (2016) lembra que instituições brasileiras e internacionais têm desenvolvido tecnologias capazes de criar métricas para quantificar as menções dos programas e telejornais na internet e cita inclusive alguns exemplos, como a KANTAR IBOPE, que já atua no Brasil, conforme mencionamos anteriormente.

A Kantar Ibope também disponibiliza o ITTR Premium, que mapeia a interação dos usuários do Twitter com a TV, proporcionando análises detalhadas, com divulgação minuto a minuto, hashtags mais utilizadas, autores influentes e os principais posts sobre os programas televisivos. Por enquanto, a cobertura é limitada à Praça Grande São Paulo. O instituto ainda projeta o lançamento de uma quarta solução: o Real Time ITTR, que reportaria a repercussão do Twitter com a audiência televisiva em tempo real (Nogueira, 2016, p. 62).

Todos esses paralelos estão ligados ao modo como os veículos têm se relacionado com os diferentes perfis de audiência em um cenário onde as redes sociais deixaram de ser consideradas como “concorrentes” para abrigar novos formatos híbridos e, em especial, o telejornalismo brasileiro, situado em um contexto de convergências e integração de mídias, subtópico que aprofundaremos a seguir.

### **3.2 Convergência, integração e novos modelos de negócio na televisão**

Vimos nos subtópicos anteriores que a televisão tem se convertido às redes sociais a partir do cardápio de preferências da audiência, que está cada vez mais conectada. Porém, essas transformações causaram efeitos na rotina produtiva dos jornalistas e na gestão das redações de TV. Monzoncillo (2011) pondera que as emissoras vivem um modelo de negócio indefinido que se elabora a cada dia. “A convergência é um processo social, cultural, econômico, tecnológico, etc. que ainda está aberto” (Monzoncillo, 2011, p. 85). O autor pondera que as novas tecnologias trouxeram uma grande especulação de que a televisão clássica estaria fadada ao fracasso com seu modelo de conteúdo voltado a uma audiência regularizada, mas tal suposição é contrariada diante de um cenário onde há um grande volume de informações falsas produzidas por grupos segmentados que norteiam as redes sociais. “Mas também é possível que nada tão radical aconteça e a internet acabe sendo mais uma tela do consumidor devorada pelas

empresas e submersa em um mar de publicidade descontrolada repleta de difamações e programas de baixa qualidade” (Monzoncillo, 2011, p. 84). De todo modo, não há como negar que as mídias on e off se entrelaçam em uma dinâmica ainda em construção, mas que se mostra cada vez mais inevitável. Para tanto, Monzoncillo (2011) afirma categoricamente que a tendência do novo cenário audiovisual será produzir conteúdos plurais para variados tipos de audiências. Isso já é uma realidade percebida nos últimos anos, segundo Scalei (2021). Emissoras de televisão, como a TV Globo, alinham produções nas grades tradicionais na televisão e conteúdos correlacionados nas plataformas de streaming que despertam a atenção de variados públicos, como o Globoplay, formando ecossistemas que coexistem e se consolidam do ponto de vista mercadológico, descartando o mito de que a televisão está sob ameaça no novo cenário midiático (Scalei, 2021).

Isso nos leva a um mundo no qual uma geração inteira é hábil e voraz consumidora multitela, que não está refém de um grande totem preto estrategicamente posicionado nas residências. E, ao mesmo tempo, divide espaço com aqueles sujeitos que seguem presos às programações dos canais abertos (Scalei, 2021, p. 2).

Mas essas transformações começaram bem antes da chegada das plataformas de streaming. Holzbach (2014) declara que as mudanças na reconfiguração midiática começaram a ser mais discutidas entre as décadas de 1980 e 2000 por teóricos que observaram como se dariam as novas relações entre as audiências, as mídias tradicionais e o surgimento de novos dispositivos midiáticos que influenciaram também as formas de consumo. “Junto com os videotapes, um denso manancial de novas tecnologias midiáticas entrava em processo de consolidação nesse período como, por exemplo, a TV por assinatura, a transmissão via satélite, o som estéreo, o videocassete, os formatos Betamax e VHS, as câmeras de vídeo portáteis e o videogame” (Holzbach, 2014, p. 342). A televisão, assim como outras mídias, adaptou-se aos novos processos tecnológicos e mercadológicos que surgiram e que mudaram a forma de interação e consumo da audiência: a convergência de mídias. O conceito é compreendido por Jenkins (2009, p. 26) como “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam”.

O autor pondera que a convergência possibilitou autonomia do receptor no processo de participação e colaboração de conhecimento nesse fluxo ágil de proliferação de conteúdos nas plataformas. Essa nova postura, contudo, ainda trouxe certa rejeição dos produtores de mídia no início, seja pela nova dinâmica instantânea de circulação de informações trazidas com a

internet ou pelo acúmulo de novas funções que o jornalista foi obrigado a comportar. “A convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados. Cada vez que se desloca um espectador, digamos, da televisão para a Internet, há risco de ele não voltar mais” (Jenkins, 2009, p. 47).

Essa declaração é contestada por Scalei (2021) que defende uma nova configuração atual desta mídia em que se mesclam características da televisão com efeitos e formatos das novas mídias, trazendo o conceito “hipertelevisão”, definido por Scolari (2008). Exemplo desse novo contexto é a tendência de conteúdos com narrativas de tempo real e a fragmentação de telas, citados pela autora. “Pode-se afirmar que a união com a internet conseguiu popularizar ainda mais a TV, pois oportunizou novas formas de consumo dos produtos audiovisuais” (Scalei, 2021, p. 13).

Podemos então considerar que os conteúdos televisivos voltados para os diferentes tipos de tela também desenvolvem e influenciam novas formas de consumo. É o caso da TV Globo, que em 2015 apresentou ao mercado o canal de streaming Globoplay, acessado pelo site ou em aplicativos instalados em dispositivos eletrônicos (Caldas; Carmo, 2020). Nele, a empresa transmite conteúdos inéditos e híbridos, exibidos na plataforma e ainda na televisão, como os telejornais, onde é possível assisti-los por meio da inscrição de uma conta sem cobrança de mensalidade (serviço pago para quem assiste séries ou filmes). Além do canal de streaming, a empresa também disponibiliza os programas jornalísticos no Portal G1, no qual é possível ver a lista de links das notícias publicadas de cada telejornal (Caldas; Carmo, 2020). O público pode acompanhar os telejornais ao vivo nas páginas do G1 de cada afiliada da Globo.

É possível comparar essas reflexões com o atual contexto da TV Verdes Mares, em que trechos de reportagens ou entradas ao vivo dos telejornais são recortados e anexados nas publicações dos mesmos assuntos no G1 Ceará, funcionando como um complemento visual e, de certa forma, um “incentivo” para que o público acompanhe as edições dos telejornais na web. Além disso, os apresentadores reforçam, a todo momento, essa relação intrínseca entre televisão-portal, com chamadas e lembretes para que o público acesse conteúdos publicados no site ou acompanhe em tempo real determinado assunto, como uma espécie de venda-casada. Ao que parece, a emissora entende a relevância dos sites de notícia como algo incontestável no atual contexto do mundo digital, mas ao mesmo tempo reforça a existência do principal produto da casa para as audiências conectadas.

Isso demonstra o hábito de consumir um programa televisivo multiplataforma no paradigma da ubiquidade, pois se consome televisão na sala de estar, no celular e até

mesmo em um shopping center, ao mesmo tempo em que o ato de assistir à TV se fortalece cada vez mais (Caldas; Carmo, 2020, p. 82).

É certo então considerar que a televisão tem reconfigurado o tradicional modelo broadcasting e utilizado de particularidades da internet para alcançar mais público (Scalei, 2021). Considera-se que essa nova lógica de mercado é influenciada diretamente pelas novas rotinas de trabalho dos jornalistas e suas relações de interatividade com o público, que saiu da “passividade” e tornou-se um sujeito atuante na colaboração de conteúdos alimentados com as infinitas possibilidades da internet. Sobre essa relação de constante mudanças, Kieling (2022) afirma que a convergência de mídias estabelece o que ele chama de “mídiosfera”: um novo espaço digital onde há a construção de um imaginário compartilhado entre produtores e receptores, sujeito a laços de fidelidade, rupturas, negociações e moedas de troca.

Uma ambiência multimídia, multiplataforma, junto aos ecossistemas de comunicação eletrônica de massa associados ao ecossistema computacional - no qual a dialogia passa a ser não mais apenas simbólica, mas instrumentalizada pela tecnologia, configurando o status de autoria do discurso no produto televisivo e gerando espaços de “sobras”, onde o telespectador, efetivamente, poderá inscrever algumas de suas marcas (Kieling, 2022, cap. 6).

Os telejornais passaram a incorporar no texto televisivo formatos oriundos das mídias digitais. Andres e Souza (2019) declaram que a convergência trouxe também a necessidade de elaborar estratégias quanto à produção e veiculação de seus produtos. Os autores trazem duas estratégias-tendência na era da convergência:

A inerência, a transposição de uma mídia para outra; como quando os jornalistas utilizam uma linguagem digitalizada ou exibição de textos de outras mídias; e a aderência, a expansão do texto televisual para outros ambientes virtuais, como o estímulo na participação de perfis de telejornais, bate-papos, enquetes (Andres; Souza, 2019, p. 65).

Como questão de sobrevivência, as emissoras estão abrindo mão de formatos tradicionais para dar mais espaço de participação à audiência, embarcando no inevitável movimento das redes sociais para manter uma relação de afinidade com o público, de acordo com as conclusões dos autores. É comum observar que os telejornais de emissoras afiliadas à Globo têm disponibilizado as edições passadas em plataformas online próprias. Nesse processo de busca, o usuário é coagido a assistir publicidades exibidas em cada link, ficando evidente que esses espaços são outra estratégia comercial e de marketing que retém receitas com anúncios. Os autores ponderam, contudo, que os conteúdos disponibilizados na plataforma têm a estratégia de reunir os conteúdos televisivos em outros espaços virtuais num ritmo de

programação imposta, onde quem acessa está sujeito aos termos de uso, e a certa manipulação. “Encontra-se então, na experiência multiplataforma televisual, elementos que são da ordem do fazer, isto é, que convocam à participação com discursos do tipo ‘acesse o conteúdo extra, assista no Globoplay’” (Caldas; Carmo, 2020, p. 84). Além disso, também os televisores com tecnologia no formato Smart TV possibilitaram acesso à televisão aberta, canais fechados e conteúdos de streamings (Andres; Souza, 2019).

Ademais, é conveniente afirmar o fenômeno da convergência trouxe mudanças nas rotinas produtivas das redações de jornalismo, principalmente pelas adaptações exigidas na força de trabalho para acompanhar os processos tecnológicos e no novo perfil dos profissionais buscados no mercado, resultando na formação de uma redação digitalizada e conectada com as necessidades das audiências (Salaverría Aliaga, 2010). Em outro trabalho, o autor traz o conceito de polivalência para denominar essa nova realidade dos jornalistas, ou seja, o acúmulo de funções ligadas à polivalência funcional, na atribuição de diferentes funções reportagem, edição e produção; a polivalência midiática, entendida como o trabalho com vários tipos de mídia, incluindo os digitais; e por último a do tipo temática, quando o repórter ou editor trabalha com diversos temas de outras editorias especializadas (Salaverría Aliaga, 2016, tradução nossa). O autor declara ainda outro marco na reformulação das rotinas produtivas dos grandes grupos de comunicação: a integração das redações.

Muitos países, incluindo a Espanha, colocam limites legais à posse simultânea de diferentes meios ou limites máximos de participação no mesmo ambiente geográfico. No entanto, a concentração tradicionalmente jornalística tem sido associada apenas à mídia noticiosa. A novidade que a convergência traz é que agora a concentração começa a acontecer também nos processos produtivos (Salaverría Aliaga, 2010, p. 35)

Esse macro fenômeno dentro do campo da convergência é explicado pelo autor como uma necessidade empresarial, que busca modernizar as dinâmicas de trabalho e aumentar a produtividade (Salaverría, 2011). Exemplo disso é o uso de conteúdos externos feitos por colaboração dos usuários, que diminui os custos de produção das empresas na distribuição de conteúdos na internet (García Avilés, 2009). Além disso, nota-se que o trabalho do jornalista agregou novas demandas, além de apurar, escrever e informar da maneira mais transparente possível. O novo perfil de profissional exige novas habilidades no uso de ferramentas tecnológicas, edição de vídeos ou imagens e até “estar presente” em redes sociais onde as notícias praticamente circulam em tempo real com os fatos. García Avilés (2009), por sua vez, levanta uma crítica nesse aspecto ao afirmar que os jornalistas não receberam formação nessas

novas atribuições e, muitas vezes, recebem acúmulos de funções não remuneradas devido ao enxugamento das redações.

A precarização do trabalho aumenta, principalmente em tempos de crise, quando um grande número da mídia corta seus modelos e reduz seus recursos. Mantêm-se salários muito baixos, que em muitas vezes não condizem nem com o salário de trabalhador não qualificado (García Avilés, 2009, p. 111).

Aplicando essa observação nos telejornais de forma geral, que ainda são um lugar de referência para milhões de brasileiros, pode-se supor que essa estratégia pode comprometer a qualidade na entrega dos conteúdos. “O aumento no volume de trabalho do jornalista para uma posterior distribuição multiplataforma, ao mesmo tempo que reduz o custo de produção gera uma perda de profundidade nas matérias produzidas” (Pereira Junior; Lordêlo; Medeiros, 2012, p. 31). Essa preocupação tem sido objeto de estudo de vários teóricos que analisam a questão da qualidade audiovisual de programas e telejornais nos últimos anos. Direcionando esse olhar para o objeto de estudo deste trabalho, podemos citar como exemplo a rotina de trabalho dos jornalistas da TV Verdes Mares após o processo de convergência e integração em 2018. À época, atuei como estagiária da emissora e pude perceber que os repórteres foram inseridos em uma lógica em que a quantidade de conteúdos a serem entregues e a agilidade foram tratadas como prioridade, a partir de entrevistas utilizadas como instrumentos metodológicos em um Trabalho de Conclusão de Curso (Vasconcelos, 2019). As realocações e novos postos de trabalho trouxeram novas demandas aos profissionais: apurações de notícias, vídeos e imagens captadas para alimentar conteúdos na web (Diário do Nordeste e G1 Ceará), gravações de áudios no formato reportagem para a Rádio Verdes Mares e cadastro de todas as atividades realizadas para metrificar o nível de produtividade dos profissionais. Mas, posteriormente, essa configuração sofreu inúmeras mudanças por decisões comerciais do grupo que acarretaram na produção “autônoma” de cada veículo: as equipes de profissionais foram divididas no formato anterior à integração e cada setor é responsável pela apuração e tratamento das notícias, embora na mesma redação. É importante reforçar que eventualmente existem projetos ou conteúdos especiais pertencentes ao Sistema Verdes Mares que necessitam de contribuições de todos os veículos.

Assim, a convergência de conteúdos e a diversas formas de integração das redações seria uma saída rentável para diminuição de custos para a iniciativa privada, mas levanta também outra preocupação quanto à autonomia dos veículos, no caso deste trabalho, dos telejornais. “A marca do telejornal poderá vir a ser a mesma dos diversos veículos que compõem o grupo,

gerando um telejornalismo de marca de grupo” (Pereira Junior; Lordêlo; Medeiros, 2012, p. 34). Os autores analisam em sua pesquisa a convergência de mídias na Rede Nordeste de Comunicação, que atua na Bahia, e no Sistema Jornal do Comercio de Comunicação, em Pernambuco. Em suas considerações finais, há um ponto que merece destaque: houve sinais de divergências de interesses entre os produtos e os veículos de mídia durante as reuniões de pautas compartilhadas ou coberturas unificadas. “Poder-se-ia estar gerando um encaixe forçado de aspectos que pressupõem distinções entre os próprios veículos e produtos de um mesmo grupo jornalístico (Pereira Junior; Lordêlo; Medeiros, 2012, p. 40). É notório que o Brasil vive um contexto em que grandes grupos de comunicação detêm monopólio de mídias (como emissoras, rádios, sites) concentradas em regiões específicas. Na ótica empresarial, um modelo de negócio que otimize recursos tecnológicos, profissionais e mídias é um atrativo cada vez mais adotado por grandes empresas no Brasil, como a Rede Sul Brasil (RBS), detentora da RBS TV (afiliada à Globo no Rio Grande do Sul) e de outros veículos de rádio e web na região sul; e a Rede Paraíba de Comunicação, afiliada na Paraíba, que conta com duas emissoras afiliadas em João Pessoa e Campina Grande, a TV Cabo Branco e a TV Paraíba, respectivamente, e duas rádios e sites. O primeiro conglomerado sempre esteve à frente das transformações tecnológicas no Brasil, principalmente no setor das telecomunicações (Justino, 2020). A partir de 2018, a RBS TV marcou presença nas redes sociais com a distribuição de conteúdos, espaços de conversação em chats e comentários, e outros modelos de interação com o público, parte do plano estratégico do grupo de inovação no Jornalismo. “Percebe-se o investimento em diferentes tipos de conteúdos sobre um assunto específico nas plataformas digitais da emissora de televisão, através de sua equipe jornalística” (Belochio; Feitosa, 2018, p. 12). Em 2020, a empresa anunciou a demissão de 31 profissionais da comunicação (rádio, tv e jornais) justificada pela crise global influenciada pela pandemia (Redação, 2020). No fim do mesmo ano, em dezembro, foi apresentado um novo projeto de expansão de mercado no interior do Rio Grande do Sul e uma reformulação na redação da RBS TV de Passo Fundo: uma redação multiplataforma e integrada com outros veículos Zero Hora e Gaúcha (Grupo [...], 2022).

Já a Rede Paraíba de Comunicação, detentora do Jornal da Paraíba, TVs Cabo Branco e Paraíba, G1 Paraíba, rádios Cabo Branco FM e CBN Paraíba, consolidou o modelo de convergência de mídias e a redação integrada a partir de 2014, mas a produção de conteúdos multiplataforma já existia desde 2011, conforme pontuam Silva e Fernandes (2016). Os autores descrevem que foi através das TVs que a dinâmica da gestão de conteúdos multimídia foi organizada entre outras mídias como web, rádio e impresso. Os conteúdos produzidos pelas emissoras são adaptados para o G1 Paraíba, onde também é possível assistir às reportagens

exibidas, processo idêntico ao da TV Verdes Mares. Em 2018, a Rede Paraíba anunciou um novo reposicionamento das redes sociais das duas afiliadas que uniram os perfis em uma única conta, com a justificativa de padronizar o modelo seguido por outras afiliadas à Rede Globo. “As mudanças seguem a atual fase de convergência do grupo e vão proporcionar aos seguidores um perfil mais claro dos conteúdos disponíveis em cada página” (TVs Cabo [...], 2018).

Podemos supor que as empresas de televisão traçam paralelos contraditórios, mirando um único resultado: grandes índices de audiência e lucros financeiros. Essa relação ambígua coincide justamente com o objeto desta dissertação: entender como as dimensões de qualidade no telejornalismo (a exemplo da produção regional e do entretenimento) são trabalhadas nos telejornais da TV Verdes Mares, considerando os aspectos dinâmicos das audiências em um contexto de hiperconectividade com as redes sociais, além das mudanças impostas nas rotinas de trabalho dos jornalistas após a convergência e a integração das redações.

### **3.3 Rotinas e organização de trabalho**

Nos últimos anos, o telejornalismo tem se reinventado de forma talvez nunca vista. Formatos que antes eram impensáveis tornaram-se comuns na rotina das redações de televisão. Parte disso se dá pelas necessidades trazidas com a pandemia da covid-19, que trouxe inúmeros impactos nas rotinas de trabalho desde 2020 no Brasil. A necessidade do isolamento social e a rápida transmissão do vírus modificaram cargas horárias de trabalho, salários e modos de se fazer jornalismo.

As entrevistas online são um exemplo simples de como o “*modus operandi*” dos jornalistas de televisão sofreu rupturas. Hoje, esse modelo de entrevista tornou-se um recurso utilizado com frequência, dependendo de várias circunstâncias (disponibilidade das fontes, agilidade na entrega do conteúdo, por exemplo). Algumas fontes passaram a se retratar por vídeos curtos, sem qualquer necessidade de entrevistas, muitas vezes conduzidos por assessorias de imprensa, que enviam o mesmo material para várias emissoras. A qualidade da imagem ou do som é deixada de lado, enquanto a declaração das fontes é priorizada. “As imagens captadas nestas situações não são identificadas com o crédito de amadoras, deixando em evidência a mudança de uma base convencional até então institucionalizada” (Silva; Matos, 2021, p. 221).

Dessa maneira, fica explícita a necessidade do jornalista de possuir novas habilidades com as tecnologias para garantir a produção de conteúdo, em que a cobertura em tempo real se tornou ainda mais necessária. Na televisão, o uso dos aparelhos celulares além de facilitar a

captação de conteúdo, são utilizados para ancorar internet usada para transmissão ao vivo dos telejornais. “O smartphone conectado a uma rede (wi-fi, 3g, 4g) possibilita ao repórter, através desse equipamento portátil, a capacidade de apuração rápida da notícia, a captura e envio de vídeos instantaneamente para veiculação no telejornal” (Melo, 2020, p. 47).

A autora pontua que essa “praticidade” ampliou em larga escala a produção de conteúdo, já que o jornalista pode registrar vídeos e fotos entrevistas que são publicados em tempo real nos portais, redes sociais e outros veículos. Esse fator diminui o tempo de deslocamento dos repórteres até a redação, exige menos profissionais “na rua” e facilita a edição dos conteúdos, agilizando o processo de chegada da informação até a audiência. Araújo e Silva (2021) salientam que a possibilidade de realizar o trabalho totalmente imerso dentro da redação também reduz os gastos das empresas. “A prática deve permanecer mesmo depois da pandemia, pelo fato de proporcionar mais rapidez ao serviço” (Araújo; Silva, 2021, p. 12). Mas, ao mesmo tempo, fez com que o profissional que está em campo seja bombardeado com atribuições que antes não faziam parte de sua rotina.

Ao passo que as novas mídias aceleraram o processo jornalístico, elas também possibilitam um volume produtivo ainda maior e nesse novo cenário o jornalista atua num contexto multimídia, onde a mesma informação chega através de vários formatos, por isso não é incomum o repórter de TV preparar sua reportagem para o telejornal, enquanto pensa no seu texto para as plataformas digitais da empresa, fazem foto para o site, e assim acumulam 2, 3 ou mais funções (Melo, 2020, p. 50).

Outras problemáticas relacionadas às condições de trabalho dos jornalistas foram acentuadas durante a pandemia. Araújo e Silva (2021) elaboraram uma pesquisa sobre a reestruturação das rotinas de televisão na TV Paraíba, afiliada à Rede Globo. Uma das evidências apontadas no estudo mostra que o acúmulo de função não significou aumento ou reajuste nos salários. “A sobrecarga de trabalho aliada às consequências emocionais trazidas pela pandemia tornaram o trabalho dos profissionais de comunicação ainda mais delicado” (Araújo; Silva, 2021, p. 9). Mesmo após o período crítico da infecção da covid-19 no Brasil, o reajuste no pagamento de horas trabalhadas e acúmulo de funções ainda é uma realidade em muitas redações de TV do país. E parece formar uma nova dinâmica dentro das equipes dos telejornais.

No telejornalismo, os conteúdos passam por uma estrutura pré-definida: produção, reportagem, edição e apresentação. Os produtores são responsáveis por apurar previamente os fatos, marcar entrevistas, direcionar e orientar o repórter que estará em campo. Atualmente, eles estão presentes em blogs, grupos de *Whatsapp*, comunidades nas redes sociais, etc. Na busca

por informação, os produtores se adaptaram às novas audiências, dialogando com fontes por mensagens, sempre conectados com o que acontece ao seu redor. O editor de texto, por sua vez, trata esse material com olhar analítico para que a informação chegue de forma objetiva à audiência, levando em consideração novas etiquetas sociais, termos e direitos humanos, possíveis conduções de notícias que causem efeitos negativos na internet - sendo responsável por cada palavra e imagem exibida. Com a cultura do cancelamento<sup>10</sup> cada vez mais presente nas redes sociais, a forma como as notícias são conduzidas por apresentadores têm cada vez mais peso para a audiência, o que gera motivo de preocupação entre toda a equipe do telejornal - em alguns casos, repercussões judiciais se houver discursos de intolerância religiosa, racismo, por exemplo. Nesse sentido, as mudanças trazidas com as redes sociais também evidenciaram movimentos sociais e trouxeram mudanças no uso de expressões consideradas estigmatizadas, que não são mais aceitas ou até toleradas pelo público. Hoje, o apresentador, além de ser o anunciador de notícias e estar presente na rotina da audiência cativa, também carrega o papel de acompanhar esses movimentos para aprimorar seu repertório na hora de comentar notícias no estúdio. Embora a postura informal tenha ganhado preferência na televisão, declarações com opiniões pessoais ditas ao vivo podem trazer repercussões positivas ou negativas na internet. Vieira (2020) pontua que esse novo contexto descentralizou a antiga estrutura das redações e trouxe novas competências aos produtores de conteúdo audiovisual.

É evidente que as divisões das tarefas ainda existem por uma necessidade de organização dos processos de produção do telejornal. Entretanto, com o uso do smartphone como ferramenta de trabalho e com a propagação de conteúdos e informações nas redes, algumas funções começam a se integrar pela necessidade de trabalho dos profissionais. Por exemplo, a busca por materiais na internet e nas redes sociais passa a fazer parte da rotina de editores e repórteres e não apenas de pauteiros; as sugestões de novas pautas também já são feitas mais frequentemente por jornalistas que exercem qualquer tipo de função (repórteres, editores, apresentadores), influenciadas pelo fácil acesso a informações e notícias no smartphone (Vieira, 2020, p. 52).

Assim, a convergência de mídias, integração e as tradicionais (e novas) métricas de audiência têm gerado diversas mudanças no tratamento das notícias, rotinas de trabalho e análises de alcance de conteúdo para os diversos tipos de audiência. Contudo, quando detalhamos os processos que repercutem no telejornalismo, não conseguimos localizar parâmetros para relacionar os três processos com a qualidade telejornalística, mas consideramos que ambos repercutem no direcionamento da observação em campo das dimensões de qualidade

---

<sup>10</sup> A cultura do cancelamento consiste em expor um fato, geralmente por meio de alguma rede social e, em seguida, a depender de uma reação negativa das massas, o indivíduo ser rechaçado por esse público (Silva, 2021, p. 95).

mapeadas: **proximidade, regionalidade e diversidade de fontes, formatos e temáticas e interesse público** motivo pelo qual destacamos esses processos nesta etapa da pesquisa.

Nesse sentido, evidencia-se a necessidade de entender como esses novos fluxos e demandas incorporadas às rotinas dos profissionais podem afetar a qualidade dos conteúdos. Iremos, no próximo capítulo, aprofundar como é o contexto da TV Verdes Mares, objeto de estudo desta pesquisa.

#### 4 TV VERDES MARES: TELEJORNAIS E SEUS PERFIS

A estreia da primeira transmissão da televisão no Ceará foi exibida em clima de expectativa pela alta sociedade no dia 26 de novembro de 1960, com a presença de autoridades políticas e poucos recursos tecnológicos (Quezado, 2007). Na época via-se grande improviso e falta de linguagem própria atribuída à mídia (Carvalho, 2010). Dez anos depois, surgia uma das maiores emissoras de iniciativa privada no Estado, inicialmente concedida ao empresário e então Deputado Federal na época Moisés Pimentel. “Ao ter o mandato cassado pelo regime militar, e posteriormente passada para as mãos do empresário Edson Queiroz, aprovada pelo Governo Federal em maio de 1969” (Souza, 2007, p. 2). A emissora vivenciou uma reformulação na programação a partir de 1975, ao se tornar afiliada à Rede Globo no Ceará, com transmissão no interior do Estado e até estados vizinhos.

Os primeiros noticiários locais da emissora surgiram a partir de influências do próprio Jornal Nacional, em que reservado um espaço de quinze minutos dentro do telejornal para transmitir as notícias de cada estado. No Ceará, os acontecimentos eram narrados pelo apresentador João Inácio na tela da TV Verdes Mares (G1 CE, 2020). Posteriormente, a TV Verdes Mares adaptou as mudanças da Rede Globo e desenvolveu as produções locais, em que cada veículo afiliado é responsável: o Bom Dia Ceará, Jornal do Meio Dia e Jornal do 10. Os dois últimos foram reformulados e passaram a se chamar CETV1<sup>a</sup> e 2<sup>a</sup> Edição, assim como a maioria das praças usaram as abreviaturas de cada estado + a sigla TV. Além disso, a TV Verdes Mares também é responsável pelos programas Globo Esporte e Nordeste Rural, que não serão aprofundados neste trabalho. A emissora também conta com uma sucursal na região Sul do estado, a TV Verdes Mares Cariri, onde é exibido edições do CETV 1<sup>a</sup> Edição na área de cobertura do Cariri.

O Bom Dia Ceará é um telejornal matutino, exibido de segunda a sexta-feira, das 6h até às 8:30 da manhã, com conteúdos relacionados à prestação de serviços, trânsito, mercado de trabalho, segurança pública, esporte e previsão do tempo. O telejornal normalmente tem cinco blocos. O primeiro é uma grande “escalada”, onde são anunciados os principais assuntos da edição. O segundo, por sua vez, é dedicado às notícias da segurança pública e ainda o bloco de esporte. Os outros seguintes blocos são intercalados com notícias de serviços gratuitos à população, dicas de saúde. E o último agrega um giro rápido com as notícias do dia. O telejornal é apresentado por dois âncoras, um co-apresentador esportivo e uma co-apresentadora anuncia as notícias do tempo e de trânsito. O gênero informativo prevalece ao longo do jornal, com predominância nos formatos de entradas ao vivo, notas cobertas e raras reportagens. Em alguns

momentos, o gênero opinativo é identificado em comentários informais de apresentadores após a exibição de determinadas notícias.

O CETV 1ª Edição é um telejornal vespertino, exibido de segunda a sábado, das 11h45 às 13h, com foco em conteúdos comunitários, prestação de serviços, quadros temáticos e assuntos relacionados à segurança pública. O telejornal possui quatro blocos transmitidos em quase todo o Estado, já que a região sul exibe seu próprio jornal na hora do almoço, mas com o último bloco transmite o sinal de Fortaleza para todo o Ceará. O telejornal também é apresentado por dois âncoras, que intercalam o anúncio das notícias com a proposta de trazer dinamismo e informalidade ao texto. O gênero informativo também se sobressai em quase todo o jornal, e os principais formatos usados são entradas ao vivo, boletins gravados, notas cobertas e raras reportagens especiais. O gênero opinativo, como comentários, aparecem após a entrada de assuntos de grande repercussão. O telejornal tem quadros de economia popular, política, investigação policial e solidariedade, geralmente exibidos semanalmente com chamadas especiais que circulam na programação da emissora ou nas redes sociais.

O CETV 2ª Edição, por sua vez, é um telejornal noturno, exibido de segunda a sábado, transmitido em todo o Ceará a partir das 19h, geralmente após a exibição da novela das 6. Com duração em média de 20 minutos, o foco é transmitir as principais notícias do dia e assuntos na área da economia, política, saúde e meio ambiente. O telejornal é apresentado por apenas um âncora, que narra as notícias manchetas de forma objetiva e informal. O gênero informativo quase domina, com formatos de prevalência nas reportagens, notas cobertas e menos entradas ao vivo de repórteres em comparação aos outros telejornais.

Em 2017, a Rede Globo anunciou uma nova identidade visual e um pacote gráfico nos telejornais locais. O estado de São Paulo foi o primeiro a seguir o modelo, anunciando as mudanças nos três principais produtos jornalísticos. “Cada programa terá uma paleta de cores seguindo conforme o período do dia em que vai ao ar, com tons mais claros ou mais escuros: amarelo, laranja e azul, respectivamente” (Soares, 2017). Outras emissoras espalhadas pelo país seguiram a mesma linha, inclusive o Ceará, em 2018. O primeiro telejornal a estrear o novo pacote gráfico aqui foi o Bom Dia Ceará. Em seguida, o CETV 1ª e 2ª Edição, que mudaram de nomenclatura e foram apresentados como CE1 e CE2, seguindo a proposta das outras afiliadas. O estúdio foi projetado nas cores cinza e azul, com dois telões que exibem as identidades visuais de cada programa. O Bom Dia Ceará é projetado no estúdio com a cor amarela, que remete ao início do dia. Ao CE1 foi agregada a cor laranja, relacionado ao período do almoço/tarde; já o CE2 com azul: a chegada da noite.

A mudança na identidade visual da TV Verdes Mares foi em meio a um cenário de transformações na estrutura da redação, com a unificação das redações dos veículos do Sistema Verdes Mares, no mesmo período. O Grupo Edson Queiroz contratou uma consultoria para reformular não só a estrutura onde funcionavam as redações e unir tudo em um só espaço, mas implantar um modelo de gestão integrada com convergência de conteúdos entre as mídias. “Em setembro de 2018, houve a inauguração da nova redação integrada do setor de jornalismo dos veículos do Sistema Verdes Mares, incluindo a TV Verdes Mares, feita pela Innovation, uma consultoria britânica, que elaborou a organização da redação em editorias temáticas” (Vasconcelos, 2019, p. 46).

O fluxo tradicional de uma redação de televisão caracterizado como produção, reportagem e edição foi alterado para demandas produzidas pelos setores temáticos da redação, como economia, política e trânsito. Cargos como chefe de reportagem chegaram a ser extintos, repórteres de televisão foram incumbidos de produzir conteúdos para o rádio e produtores tinham pouco convívio com os editores e apresentadores. O fato é que houve um distanciamento entre as equipes de edição dos telejornais com a produção e alguns jornalistas relataram acúmulo de funções (Vasconcelos, 2019). Desde então, inúmeras mudanças foram anunciadas: autonomia dos veículos do Sistema Verdes Mares em um tímido cenário de integração, nova gerência de Jornalismo e preocupações com a audiência.

Vasconcelos (2019) descreve que a ideia inicial da mudança feita no jornalismo era de que todos os jornalistas da redação integrada produzissem reportagens para todos os veículos, incluindo rádio, web, impresso e tevê. Os repórteres especializados em cada veículo teriam que reaprender as linguagens e as técnicas e se tornarem jornalistas polivalentes voltados para produção de conteúdos multimidiáticos. No início da implementação, a gestão de conteúdos se configurava em dois polos na redação: Intake e Output. As expressões poderiam ser entendidas como entrada e saída das informações. Em inglês, o termo Intake significa: o ato de absorver algo. Já a segunda expressão significa “saída” (ou entrega). O intake se divide em: Negócios, Esporte, Vida Local, Radar, Diagramação, Audiovisual, Desenvolvimento, Vida Pública, Vida Privada e o setor investigativo. E o Output em: Eco, Capas, Revisão do Diário do Nordeste, TV Diário, Rádio Verdes Mares, TV Verdes Mares, juntamente com um novo estúdio de TV. Desse modo, a produção de conteúdos de cada veículo do grupo foi diluída em editorias, distribuindo os jornalistas com experiência em determinado tema ou função em novas áreas temáticas. No centro da redação, existe um "mesão", onde se encontra um editor-executivo que desempenha demandas administrativas como viagens de repórteres, visitas à redação, etc. No início da convergência, o mesão possuía quatro editores-executivos, que foram demitidos ou realocados

a outras funções dentro da redação. Os diretores ou gerentes de áreas centrais como TV Diário, Diário do Nordeste, Departamento de Audiovisual e TV Verdes Mares são responsáveis por supervisionar as metas de cada veículo ou possíveis decisões editoriais que norteiam as rotinas dos jornalistas.

A partir de 2020, o fluxograma de cargos na redação integrada passou por diversas mudanças que repercutiram na produção da TV Verdes Mares. O setor da produção das TVs foi incorporado dentro da editora de Vida Local, em que produtores e um supervisor acompanhavam as rotinas dos repórteres da TV Diário e principalmente da TV Verdes Mares. Essa decisão, ao que parece, foi justificada pela necessidade de organizar as pautas dos telejornais, já que no início do processo de convergência essa responsabilidade cabia à chefia da editora de Vida Local, tornando-se evidente que era contraproducente supervisionar os conteúdos de web, rádio e TVs para um só gestor. Posteriormente, outros jornalistas foram realocados ou contratados para produzir os telejornais, visto que a quantidade de profissionais não era suficiente para o volume de demandas. Os repórteres de TV também foram incluídos nessa editoria e concentraram suas forças de trabalho na apuração de notícias para a TV Verdes Mares e o G1 Ceará, com exceção dos jornalistas da TV Diário, que continuaram produzindo conteúdos para a rádio Verdes Mares e colaboram também com a apuração de informações com o Diário do Nordeste.

Nesse processo, os editores dos telejornais Bom Dia Ceará, CE1 e CE2 passaram a se reunir com produtores e supervisores da produção e houve maior aproximação entre a produção e a edição dos telejornais, inclusive geograficamente, já que o “mesão” compreendeu que a dinâmica de apuração jornalística nesse núcleo necessitava de mais contato com ambas as partes. Então, a produção ficou próxima às bancadas da TV Verdes Mares, voltando ao antigo cenário tradicional da emissora: seria esse um dos indícios do fim da integração planejada para a redação do Sistema Verdes Mares.

Entre 2021 e 2022, essas mudanças se tornaram mais evidentes. O setor do Radar, responsável pela apuração e publicação de factuais nos sites Diário do Nordeste e G1 Ceará, foi desagregado. Parte da equipe foi dividida para produzir exclusivamente para cada veículo e houve distanciamento geográfico dentro da própria redação. Os jornalistas do G1 Ceará ficaram próximos à TV Verdes Mares, colaborando de forma integrada com a emissora e resgatando a antiga composição antes do cenário de convergência. Já os jornalistas do Diário do Nordeste montaram um novo fluxograma de editorias de conteúdos especiais e de Hard News, que posteriormente se consolidaram ainda mais com o fim da circulação do jornal impresso do veículo, anunciado em fevereiro de 2021 (Félix, 2021). Poucos meses depois, o conglomerado

anunciou outro modelo de negócio pautado pela inovação: a sinergia entre a TV Diário e a Rádio Verdes Mares. Na época, os telejornais e programas de jornalismo policial da emissora regional saíram da programação para dar espaço a uma grade onde os conteúdos seriam transmitidos de forma única para as duas mídias. “Ao todo, são 14 horas de jornalismo e esporte, com programas inéditos transmitidos em TV aberta, por meio da TV Diário; e no digital, pelos sites da Verdinha e da TV Diário” (Redação, 2022).

Em setembro de 2020, outro setor da redação sofreria mudanças: a editoria esportiva, desagregada do Jornalismo para trazer publicidades dentro dos produtos e ser tratada como uma categoria à parte na redação integrada. Um dos veículos impactados com o anúncio foi o Globo Esporte, programa vespertino exibido de segunda à sexta-feira na programação da TV Verdes Mares, após a exibição do CE1. “O espaço ganha, a partir de agora, mais autonomia editorial como um produto próprio da casa” (Tv Verdes [...], 2022). Segundo gestores, esta será a única editoria que trabalha diretamente com anunciantes dentro dos conteúdos audiovisuais. Não aprofundaremos as repercussões dessas mudanças nos outros veículos, mas é evidente que a redação integrada estimulou a vinda de outros modelos de negócio para rentabilizar lucros.

Voltando à situação da TV Verdes Mares, podemos considerar que a emissora voltou a ter mais independência nos conteúdos produzidos, principalmente os especiais, como séries de reportagens, conteúdos considerados inéditos e por isso não compartilhados com outros veículos do SVM e vice-versa. A ideia, ao que parece, é que cada veículo se pautar com certa autonomia, mas que haja conhecimento entre ambos do que cada um está produzindo, com reuniões diárias entre os gestores. O compartilhamento de informações, como notas, vídeos ou imagens, geralmente é realizado nos grupos de whatsapp, dependendo do grau de factualidade da notícia, como acidentes, casos de violência, mudanças no trânsito. Em caso de dúvidas editoriais sobre a condução de determinadas notícias, o mesão é consultado e as decisões devem ser seguidas por toda a redação ou apenas para determinado veículo. No caso da afiliada, as consultas são determinadas pela gerência de Jornalismo, já que a emissora deve seguir o padrão de Jornalismo da Rede Globo.

Em todo esse processo de (des)integração da redação do SVM, os telejornais da TV Verdes Mares passaram a agregar mais entradas ao vivo de repórteres com a justificativa de trazer dinamismo e ineditismo, um texto verbal longo e informal que beira ao entretenimento e conteúdos voltados para reter a atenção do público, aspectos questionáveis em relação à qualidade dos conteúdos audiovisuais, aspecto que será analisado no capítulo de análise empírica dessa pesquisa.

## 5 FERRAMENTAS METODOLÓGICAS

Entender os processos vivenciados na televisão, e em especial o telejornalismo, traz à tona a complexidade que é mensurar a qualidade de um conteúdo audiovisual. O foco deste trabalho é investigar o nível de qualidade dos conteúdos dos telejornais da TV Verdes Mares, afiliada à Globo no Ceará, em um contexto de convergência e integração de redações. Considera-se que o problema de pesquisa é “como mensurar a qualidade dos conteúdos informativos dos telejornais da TV Verdes Mares?”.

A partir disso, elaboramos um estado da arte que posteriormente serviu para basear o referencial teórico deste trabalho e as seguintes questões de pesquisa:

1ª) Quais são as dimensões de qualidade telejornalística para avaliar a produção de um telejornal?

2ª) Como mensurar essas dimensões?

O recorte temporal selecionado para a verificação do Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística foi entre os meses de julho a setembro de 2022, analisando 15 edições dos respectivos telejornais Bom Dia Ceará, Ce1 e Ce2 a partir de vídeos publicados na plataforma do Globoplay. A justificativa para a escolha deste período coincide com um momento de mudanças na titularidade dos apresentadores dos telejornais, fato que pode trazer dados interessantes para o intuito deste trabalho, já que profissionais que tinham experiência na reportagem passaram a atuar como âncoras dos telejornais. Consideramos que essa “incorporação” pode trazer novas abordagens em relação à enunciação e comentários no estúdio, principalmente no que diz respeito ao teor de infotimento dos conteúdos, um dos elementos analisados nesta pesquisa.

Diante do caráter intangível e subjetivo das questões de pesquisa, consideramos que este trabalho coincide com perspectivas interligadas ao paradigma da complexidade, dada a variedade de compreensões que permeiam à noção de qualidade no telejornalismo, como também a ausência de pesquisas que abordam metodologias de análise qualitativas no telejornalismo capazes de mensurar qualidade no telejornalismo sob a ótica proposta.

Neste sentido, Pádua (2015) destaca a obra de Edgar Morin<sup>11</sup>, autor-referência nos estudos da ciência contemporânea, trazendo críticas rigorosas do sociólogo francês em relação à natureza reducionista das ciências tradicionais, principalmente em pesquisas qualitativas. A

---

<sup>11</sup> O filósofo e sociólogo francês Edgar Morin, de 101 anos, possui extensa produção intelectual e atualmente mora no interior da França, com sua esposa. O autor é referência nos estudos da teoria da complexidade Disponível em: <https://ufrn.br/imprensa/reportagens-e-saberes/48993/edgar-morin-100-anos>. Acesso em: 1 fev. 2024.

autora defende a necessidade de direcionar estudos que observem fenômenos em sua realidade total, sem excluir o conhecimento disciplinar ou a lógica (Pádua, 2015, p. 41). O próprio autor argumenta que a teoria da complexidade “pede uma metodologia ao mesmo tempo aberta (que integre as antigas) e específica (a descrição de unidades complexas)” (Morin, 2005, p. 49).

Assim, o intuito desta pesquisa não se limita a apresentar resultados que representem uma realidade total no âmbito do telejornalismo, mas trazer novos olhares acerca da qualidade noticiosa no telejornalismo em um cenário cada vez mais dinâmico e mutável. Esta ponderação coincide com a “quebra de paradigmas e de rótulos” articulados na corrente proposta por Morin (2005, p. 49):

Ela supõe e explicita uma ontologia, que não apenas prioriza a relação em detrimento da substância, mas também prioriza as emergências, as interferências, como os fenômenos constitutivos do objeto. Não existe uma única rede formal de relações, há realidades, que não são essências, que não são uma substância, são compostos, produzidos pelos jogos sistêmicos, mas, entretanto, dotados de uma certa autonomia.

Para iniciarmos a investigação fez-se necessário utilizar uma pesquisa de abordagem quanti-qualitativa, no qual a análise de dados depende da interpretação do pesquisador (Souza; Kerbauy, 2017). Mas cabe ainda diferenciar esses dois conceitos divergentes. A pesquisa quantitativa tem natureza objetiva e metrificacão de dados, além do distanciamento entre sujeito e objeto (Souza; Kerbauy, 2017). Já a qualitativa, por sua vez, é o oposto “pois a realidade se relaciona com a mente do sujeito e o pesquisador não se pode colocar fora da história nem da vida social” (Souza; Kerbauy, 2017, p. 31). Assim, o uso de abordagens mistas em uma pesquisa pode trazer:

A integração, combinando dados qualitativos se pode se efetivar, mediante três formas: por convergência, na fusão do quantitativo e qualitativo durante a fase de interpretação ou análise os dados; por conexão, no qual a análise de um tipo de dado demanda um segundo tipo de dado; e por acoplamento que, por sua vez, resulta da introdução de um tipo tanto em um desenho, quanto em dados de outro tipo (Souza; Kerbauy, 2017, p. 39).

Os autores apontam que nenhuma das abordagens tem mais validade do que a outra no campo científico, ambas são apenas de naturezas diferentes. O desenho metodológico deste trabalho se volta para o recorte exploratório, descrito como “os resultados qualitativos contribuem para o desenvolvimento do subsequente método quantitativo” (Souza; Kerbauy, 2017, p. 38). O uso de abordagens mistas exige o uso de métodos distintos em uma única pesquisa para que seja possível ter uma visão ampla e aprofundada dos dados coletados (Souza; Kerbauy, 2017).

Vale ressaltar que esta pesquisa foi motivada por uma razão particular já que esta pesquisadora trabalha atualmente como jornalista na emissora, de estagiária à editora de texto, desde 2019. A curiosidade em investigar a qualidade dos conteúdos informativos surgiu a partir da vivência e rotina de trabalho em todas as etapas de produção dos telejornais.

## 5.1 Métodos de análise

Este trabalho utilizou de um arcabouço teórico-conceitual sobre a qualidade nos conteúdos audiovisuais durante a realização de um estado da arte como um dos métodos de pesquisa. A análise serviu como base para identificar e compreender a descrição das dimensões de qualidade mapeadas. Com o intuito de identificar a maioria dos trabalhos que tratam sobre qualidade no telejornalismo, foi realizado um mapeamento inicial, entre os anos de 2016 a 2021, utilizando a base do Portal de Periódicos da Capes, nos meses de outubro a dezembro de 2021. Com o intuito de facilitar as buscas nos arquivos, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: qualidade e telejornalismo e qualidade audiovisual, traduzidas nos idiomas inglês e espanhol, resultando em oito trabalhos. Além disso, um novo levantamento foi realizado entre os períodos de 2016 a 2022<sup>12</sup> a fim de estruturar uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL)<sup>13</sup>. Foram utilizadas duas bases: Catálogo de Teses e Dissertações - CAPES e a SciELO, resultando em 23 trabalhos acadêmicos (artigos, monografias, dissertações e teses). O período no qual a pesquisa foi realizada foi de maio a julho de 2022. As chaves de busca em que mais apareceram resultados foram: (qualidade) AND (telejornalismo) e “quality television”. Também foi necessário elaborar um teste de confiabilidade e um livro de códigos.

Definimos indicadores como critérios de avaliação da qualidade telejornalística do objeto em questão: **regionalidade e diversidade de fontes, formatos e temáticas e interesse público**. Cada conceito traz indicadores que também surgiram a partir das reflexões teóricas de autores como possíveis elementos-chave na identificação e análise de cada indicador. A regionalidade, pertencente ao processo da Cobertura, se relaciona com os seguintes elementos: âmbito da realidade e a participação da audiência. Cada um foi analisado de forma independente para que fosse possível comparar e esquematizar os dados investigados.

---

<sup>12</sup> Os trabalhos mapeados foram inseridos em um estado da arte, produzido em 2021. A tabela está disponível em: 1ª - Planilha estado da arte\_2021

<sup>13</sup> O segundo mapeamento foi realizado através de uma disciplina de Análise de Conteúdo, ofertada na Universidade Federal do Ceará. Fizemos o teste de confiabilidade utilizando a ferramenta ReCal22. Disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LoQBqnfZDjRIDUnQRi4EE65Pb11tIW-xGRskK68ASFA/edit#gid=0>. Acesso em: 9 fev. 2024.

A diversidade e o interesse público, alinhadas com o processo de Gestão do Conteúdo, estão direcionados ao olhar sobre o tratamento dos conteúdos, ligado ao processo de escolha dos jornalistas sob a ótica de critérios jornalísticos como valor-notícia, nível de relevância e interesse do público - que na televisão aberta tem expressiva diferença. Esses são somente alguns fatores que influenciam a tomada de decisão durante reuniões de pauta e por isso consideramos justificáveis para ser foco de análise subjetiva. Na diversidade, consideramos os tipos de agentes ouvidos a partir de referências de Schmitz (2011), avaliando quais agentes têm mais destaque durante as declarações e como essas dinâmicas são organizadas nas estruturas dos conteúdos. A partir disso, será possível apontar quem tem mais tempo de fala ou quem não foi consultado. No interesse público, usaremos o cardápio de fontes para avaliar a natureza dos conteúdos com base nos títulos e nos tipos de fatos abordados, utilizando referências de Nogueira (2017) e Sartor (2018), identificando os possíveis impactos à sociedade. No teor de infotimento, classificamos os conteúdos têm ou não este tipo de abordagem.

Trazemos abaixo a sistematização de processos, dimensões e indicadores mapeados ferramentas de verificação:

**Tabela 3 - Categorização de indicadores de qualidade**

<b>Processos ligados ao jornalismo</b>	<b>Dimensões da qualidade</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Verificação</b>
<b>Cobertura</b>	<b>Regionalidade</b>	<b>Âmbito da realidade</b>	<b>Mapeamento da natureza das matérias (local, regional ou estadual)</b>
		<b>Participação</b>	<b>Mapeamento do envio de sugestões, imagens e vídeos</b>
<b>Gestão do conteúdo</b>	<b>Diversidade</b>	<b>Tipos de agentes ouvidos</b>	<b>Mapeamento de fontes</b>
		<b>Temáticas</b>	<b>Mapeamento de temáticas</b>
		<b>Formatos</b>	<b>Mapeamento de formatos</b>

	<b>Interesse público</b>	<b>Alcance do conteúdo</b>	<b>Mapeamento de temáticas</b>
--	--------------------------	----------------------------	--------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora.

O recorte temporal escolhido foi entre julho e agosto de 2022. O período selecionado coincidiu com o momento em que houve mudanças na apresentação dos âncoras dos telejornais da TV Verdes Mares, motivo pelo qual consideramos interessante analisar os indicadores de qualidade e observar como cada operador se comporta. Selecionamos um dia útil por semana por ordem crescente na seleção do recorte temporal, optando pela amostragem probabilística aleatória, elencado da seguinte forma:

- Segunda-feira - 04/07/2022
- Terça-feira - 12/07/2022
- Quarta-feira - 20/07/2022
- Quinta-feira - 28/07/2022
- Sexta-feira - 05/08/2022

A justificativa para a escolha deste tipo de amostragem se deve ao caráter de neutralidade na escolha dos conteúdos propriamente ditos, com o intuito de tornar a análise mais neutra e objetiva. Pires *et al.* (2006, p. 40) ressaltam que “fica garantido que os elementos são selecionados aleatoriamente e não pela escolha do pesquisador”. Autores como Parcianello (2008, p. 25) garantem que, embora o número de elementos por amostra seja aleatório, este método de amostragem “fornece maior segurança ao generalizar resultados da amostra por população”.

## 5.2 Gestão do conteúdo: diversidade e nível de interesse público

Em relação aos métodos deste trabalho, optamos por utilizar uma sistematização dos indicadores e seus sub-critérios de qualidade organizados em uma metodologia nomeada como Teste de Aplicabilidade de Indicadores da Qualidade Telejornalística<sup>14</sup>, concentrada em avaliar a **regionalidade** (como âmbito da cobertura da realidade e nível de participação da audiência na produção colaborativa dos jornais) e **diversidade** de fontes (Schmitz, 2011), temáticas e formatos, bem como o **nível de interesse público** (Nogueira, 2017) e (Sartor, 2018). Além

<sup>14</sup> O teste foi realizado na plataforma online de planilhas da Google. Disponível em: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/12\\_V77MO1-Rvk16SK7MjthtIzwVKbiKEIkF6ISduPysg/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/12_V77MO1-Rvk16SK7MjthtIzwVKbiKEIkF6ISduPysg/edit#gid=0). Acesso em: 10 fev. 2024.

desta metodologia, também utilizamos a observação participante para ampliar a análise empírica dos indicadores e investigar como eles são manifestados nas rotinas de produção dos telejornais da TV Verdes Mares.

Na metodologia de avaliação dos indicadores, também aplicamos o **teor de infotainment** dos conteúdos com o objetivo de identificar se há indícios de abordagens voltadas para entretenimento nos elementos analisados e como eles são abordados. A hipótese inicial deste trabalho considera que os jornalistas que aparecem no vídeo usam discursos informais e com tons e expressões humoradas para atrair a atenção do público, independente da natureza do conteúdo. Apresentamos abaixo a ilustração da tabela:

**Tabela 4 - Teste de aplicabilidade da qualidade telejornalística**

Data	Categoria	Grupo	Ação	Qualificação	Total de fontes	Temáticas	Atributos	Tipos de fatos
Bom Dia Ceará								
CE1								
CE2								

Teor de denúncia (Sim/Não)	Nível de participação da audiência				Tipo de formato	Abordagem	
	Nível 1	Nível 2	Nível 3	Nível 4		Infotainment	Não infotainment

Fonte: elaborada pela autora.

Na gestão do conteúdo, compreendemos que uma boa gerência na organização dos conteúdos audiovisuais, juntamente com a **variedade de fontes, temáticas e formatos**, fortalece a qualidade dos produtos e evidencia a ideia de que o jornalismo mostra todos os “lados” de um fato, democratizando conhecimento e reflexões que afetam o cotidiano da

população. Por isso, entendemos que a diversidade e o nível de interesse público se tornam necessários para ampliar o olhar em relação à discussão. Na diversidade, consideramos três aspectos: os tipos de agentes ouvidos, as temáticas e os formatos.

Este trabalho baseou-se nas classificações de fontes mapeadas por Schmitz (2011) no que diz respeito à tipologia de fontes. “Os profissionais da imprensa buscam as fontes de acordo com as suas necessidades na produção e a posição social que elas ocupam no âmbito social e geográfico” (Schmitz, 2011, p. 3). O autor elaborou uma matriz com base em teóricos que estudam a classificação dos agentes ouvidos, que será usada como método para avaliar como essa dinâmica é abordada na configuração da TV Verdes Mares. Na categoria “temáticas”, nos baseamos nas referências de Ferrer Ceresola (2016) sobre os tipos de diversidade mencionados no primeiro capítulo deste trabalho. Iremos realizar a medição de temáticas ofertadas nas edições analisadas comparando com o intervalo de tempo dedicado, destacando o que a autora chama de diversidade de oferta.

Schmitz (2011) traz cinco tipologias descritas na tabela: categoria, grupo, ação, crédito e qualificação. A primeira se refere às fontes que podem ser consideradas testemunhais ou indiretas usadas para “suitar” ou avançar em um assunto, inclusive utilizadas em arquivos bibliográficos ou históricos. O autor traz duas divisões: fonte primária, que está envolvida no fato e a fonte secundária, compreendida como uma fonte que é consultada para repercutir um assunto ou uma pauta em produção. Os grupos são considerados entidades, organizações ou pessoas que são substituídas por um porta-voz autorizado a fornecer informações à imprensa” (Schmitz, 2011, p. 9). As sub-classificações descritas são: oficial, alguém em função de cargo público que se pronuncia pelo Estado ou Órgão ligado ao governo; empresarial, representante de entidades empresariais; institucional, representante de organizações sem fins lucrativos; individual, configurando-se como pessoa comum, figura pública ou artista que fale por si; testemunhal, como a própria denominação diz: aquela que vivenciou um fato como observadora ou participante; especializada, compreendida como uma fonte especialista em determinado assunto ou membro de uma organização de um tema específico; referência; fonte agregada à consulta de documentos ou dossiês que são usados como fonte de informação para notícias que necessitam de comprovações documentais. Sobre as tipologias de fontes, Schmitz (2011) traz uma classificação chamada de “ação”, que está concentrada em identificar a natureza das ações das fontes que dão informação. Por exemplo, se as fontes se oferecem para validar ou opinar sobre determinado tema ou se há fontes que preferem não se identificar em determinadas situações, geralmente em reportagens sobre segurança pública, por exemplo, em que há o medo de se expor publicamente. Assim, o autor traz quatro sub-classificações: proativa, ativa, passiva

e reativa. As duas primeiras têm relação com as fontes capacitadas que oferecem notícias prontas, geralmente vendidas por assessorias ou as fontes que criam canais de informação ou coletivas de imprensa periodicamente. As fontes passivas são as que só se manifestam quando são consultadas pela imprensa. As fontes reativas podem ser entendidas como figuras ou entidades que preferem manter a privacidade, e geralmente não se expõem com a imprensa, mesmo quando são pressionadas. Os créditos das fontes são considerados um elemento básico na produção, com ou sem identificação. O autor traz uma dupla-classificação: das fontes com crédito (com descrição do nome, profissão ou cargo) ou as sigilosas (em que a fonte prefere manter a identidade não revelada, mas confia na imprensa para fornecer informações ou depoimento). E por fim, há o nível de confiabilidade da fonte, organizada por Schmitz (2011) como: confiável, fidedigna ou duvidosa.

A partir disso, a classificação será ordenada da seguinte forma:

- Categoria de fontes: primária e secundária  
Modo de verificação: análise empírica dos tipos de fontes envolvidas no fato para saber se há real propriedade intelectual que fortaleça a veracidade da notícia;
- Grupos: oficial, individual, testemunhal, empresarial, referencial, institucional e especializada  
Modo de verificação: classificação dos tipos de fontes a partir dos caracteres das fontes enunciados na descrição dos conteúdos;
- Tipo de ação: ativa, proativa, passiva e reativa:  
Modo de verificação: a partir da classificação do grupo de fonte, realizaremos uma análise empírica da intenção das fontes citadas ou procuradas para declarar, testemunhar, acrescentar ou citar alguma informação. Desse modo, será possível compreender quem são as fontes mais disponíveis, as que sugerem pautas a partir de assessorias, as que só se manifestam quando são consultadas e as que preferem manter a privacidade e evitam divulgar a imagem mesmo sob pressão;
- Qualificação: confiável, fidedigna ou duvidosa:  
Modo de verificação: a partir da classificação das três categorias acima, julgaremos se as fontes têm caráter confiável, digno de confiança ou duvidoso. As fontes confiáveis são fontes envolvidas diretamente no fato, que atestam informações relevantes no acontecimento, geralmente com o tipo de grupo e a identificação pessoal revelada, algo que fortalece a veracidade da informação. As fontes fidedignas podem ou não têm a identidade revelada, geralmente utilizadas em conteúdos com abordagem de denúncia, com declarações inéditas ou conflituosas, que muitas vezes exigem a quebra de sigilo.

As de caráter duvidoso não testemunharam o fato ou acontecimento, apenas são personagens secundários que ouviram falar do fato, sem qualquer envolvimento direto com ele, podendo ou não ter a identidade revelada;

Em relação ao interesse público, um indicador que influencia diretamente na gestão dos conteúdos, usaremos como método de análise elaborado por Nogueira (2017)<sup>15</sup>, em que são necessárias três etapas de varredura: 1) separação das notícias por temática tratada e identificação dos aspectos relacionados ao interesse público; 2) identificação dos tipos e fatos que predominam na cobertura ou, neste caso, na produção telejornalística; 3) verificação do nível de interesse público com base na pluralidade de fonte e no equilíbrio de notícias (neste caso faremos a medição do “cardápio” de notícias de cada edição e, após a coleta de dados, fazer a análise empírica), conforme demonstrado abaixo:

A categorização organizada por Nogueira (2017) descreve a primeira etapa como um mapeamento dos títulos das notícias e a classificação dos atributos trabalhados em sua pesquisa: transparência; princípios/valores; consequências; impacto; relevância; notoriedade (Nogueira, 2017, p. 113). O primeiro pode ser compreendido como a transparência de órgãos ou figuras que trabalham no sistema público; o segundo são princípios comumente enraizados ou reconhecidos pela sociedade; as consequências são entendidas como fatos que afetam o cotidiano de um grupo ou comunidade e carrega a noção de utilidade pública; o impacto é referenciado como notícias que têm repercussões nacionais; a relevância trata dos efeitos que determinado acontecimento pode gerar ou as suas gravidades; e a notoriedade refere-se ao grau de importância de agentes, sejam eles figuras públicas ou artísticas, por exemplo (Nogueira, 2017). A segunda etapa concentra-se na interpretação dos fatos e na tentativa de entender de que forma eles são compreendidos como interesse público. Para tanto, utilizou-se a classificação dos tipos de fatos: resultados, explosões, aparições e deslocamentos. Essa classificação, segundo Nogueira (2017), foi elaborada por Gomis (1991, 2002)<sup>16</sup>. Os resultados são entendidos como registros de um processo ou ação que geralmente serve como uma referência histórica dependendo do contexto. As explosões são fatos inesperados que tendem para a tragédia ou violência. As aparições são declarações curiosas ou polêmicas de figuras

---

<sup>15</sup>A pesquisadora utiliza referências de Laurence Bardin (1979). O Manual, intitulado como Análise de Conteúdo, se consagrou na literatura da área, publicado originalmente pela Universidade da França e traduzido em diversos idiomas, inclusive o português do Brasil.

<sup>16</sup>A autora usa referências do trabalho Gomis (2002), que foram publicadas originalmente no artigo: Do importante ao interessante. Ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo, em 2002. Lorenzo Gomis faleceu em 2005 e deixou de herança uma extensa lista de obras publicadas, além de ter atuado como professor na Universidade Autônoma de Barcelona. Disponível em: [https://elpais.com/diario/2006/01/02/agenda/1136156407\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/01/02/agenda/1136156407_850215.html). Acesso em: 10 fev. 2024.

públicas ou conhecidas pela sociedade. E os deslocamentos, por sua vez, são movimentos de uma ação ou processo que pode ou não trazer repercussões mais amplas na sociedade. A autora destaca que se o fator imediatismo for o único em consideração, o fator “resultado” tem mais teor de interesse público na comparação com os outros tipos, mas há ressalvas:

Se, por outro lado, o fundamental for a formação da opinião, os Deslocamentos, principalmente, mas também as Aparições mostram-se mais relevantes. Por meio destes, são noticiadas as várias etapas dos processos de decisão e debatidos os diversos argumentos e pontos de vista envolvidos nas questões (Nogueira, 2017, p. 129).

Na categorização dos tipos de fatos, usaremos a mesma premissa de Nogueira (2017) ao considerar que os resultados carregam maior teor de interesse público, seguindo uma escala decrescente: resultados > explosões > deslocamentos > aparições.

Em relação aos tipos de atributos, baseamos as descrições citadas pela autora para perceber a carga de interesse público de cada conteúdo, partindo do princípio de que cada um carrega apenas um tipo de atributo, cada um seguindo um grau de importância maior.

Baseamos essa categorização a partir de leituras teórico-conceituais sobre o interesse público, além da vivência como observadora-participante. Consideramos que as consequências têm peso maior por trazerem assuntos que trazem efeitos para um maior número de pessoas, além de assuntos que podem carregar a noção de utilidade pública, realizando um serviço prestado à população. A transparência, por sua vez, está ligada aos assuntos que tratam de serviços ou políticas públicas que são oferecidas, surgindo então como uma espécie de “lupa” para acompanhar o trabalho dos órgãos na administração pública. Entendemos que esse atributo carrega forte teor de interesse público por gerar debates e fortalecer a democracia, incluindo o cidadão no papel de vigilância dos deveres dos agentes que trabalham nos poderes legislativo, executivo e judiciário. Os atributos reconhecidos como impacto são assuntos que geram repercussões a nível nacional. Consideramos que este atributo pode ou não tratar de assuntos que afetam a vida da população, como também casos sem ampla repercussão, mas que comoção de parte da audiência. Em seguida, temos a relevância, associada aos possíveis efeitos que uma notícia pode gerar ou, até mesmo, suas gravidades.

Posteriormente, temos os princípios e os valores, associados aos costumes ou hábitos culturais e estruturais que norteiam um grupo, comunidade ou população. Entendemos que esse atributo está ligado a questões histórico-culturais de um povo, que podem levar a prática de costumes e tradições, como também fatores que afetam a democracia, violência urbana, política, meio ambiente, direitos às minorias, por exemplo. E por fim, temos a notoriedade, como a própria diz, presente em notícias que tratam de figuras notórias e relevantes em algum contexto

social. Entendemos que esse fato tem menor carga de atribuições ao interesse público por considerar que figuras públicas geralmente são mais evidenciadas por seu estatuto, contudo reconhecemos seu grau de importância nos casos de agentes que tratam de decisões com repercussões amplas, que afetam um grande número de pessoas, como em assuntos na esfera política, econômica, social. Assim, a ordem foi esquematizada da seguinte forma:

- Consequências: entendidas como fatos que afetam o cotidiano de um grupo ou comunidade e carrega a noção de utilidade pública;
- Transparência: a transparência de órgãos ou figuras que trabalham no sistema público;
- Impacto: notícias que têm repercussões nacionais;
- Relevância: trata dos efeitos que determinado acontecimento pode gerar ou as suas gravidades;
- Princípios e valores: princípios comumente enraizados ou reconhecidos pela sociedade;
- Notoriedade: é caracterizada pelo grau de importância dos agentes, como figuras públicas, artistas, celebridades;

Além disso, também baseamos esta pesquisa com parte das referências de Sartor (2018), que trata dos sentidos associados ao interesse público. Um deles é o papel de vigilância social atribuído ao jornalismo, elemento que coincide com a linha editorial dos conteúdos produzidos pelos telejornais da TV Verdes Mares, motivo pelo qual consideramos que esta dimensão deve ser trabalhada como um tipo de ferramenta metodológica para entender de que forma as notícias dessa natureza são elaboradas, editadas e conduzidas nas notícias. Para o autor, o jornalista tem o papel de fiscalizar e cobrar as responsabilidades dos poderes públicos e até privados, servindo como um “quarto poder” (Sartor, 2018). Em tese, isso levanta questões essenciais na própria autonomia do jornalista como agente fiscalizador que tem o dever de noticiar com objetividade e fidelidade, sem depender da submissão de empresas ou órgãos públicos (Sartor, 2018, p. 11).

Por isso, incluímos no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística a seguinte classificação: matérias de denúncia, em que analisamos se há ou não conteúdos dessa natureza, sejam eles ligados a qualquer temática, mas que tratem de cobranças relacionadas à responsabilidade de órgãos públicos, agentes, empresas privadas e entidades governamentais. Neste ponto, também examinamos que tipo de espaço para retratação é oferecido às fontes denunciadas, demonstrando se há também pluralismo na condução da notícia.

Já na categoria das temáticas, incluímos na mesma tabela o tipo de assunto abordado nas edições dos telejornais da TV Verdes Mares, juntamente com o tempo de produção e o formato identificado. Elaboramos a seguinte classificação de temáticas:

- 1) Direitos humanos: assuntos relacionados à movimentos sociais sobre democracia, defesa de políticas públicas para grupos LGBTQIA+, combate à violência de gênero, racismo, machismo;

pautas sobre pessoas com deficiência e acessibilidade; matérias sobre crimes relacionados a tal temática, flagrantes de crimes de ódio relacionados aos grupos mencionados acima, declarações polêmicas de figuras públicas sobre esta temática, adoção de crianças e adolescentes, combate à violência contra pessoas idosas; serviços gratuitos realizados para pessoas em situação de vulnerabilidade, assuntos relacionados às pessoas em situação de rua; assuntos sobre pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA);

- 2) Meteorologia: assuntos relacionados às mudanças no tempo e clima, fenômenos astrológicos;
- 3) Tragédias: assuntos que tratem sobre desabamentos, enchentes, furacões, acidentes domésticos (incêndios e afogamentos) ou qualquer incidente semelhante; incidentes envolvendo patrimônios públicos,
- 4) Trânsito: assuntos que tratem sobre acidentes de trânsito, vítimas de acidentes de trânsito, registro de acidentes, pautas que afetem o tráfego de uma cidade ou região; abordagens de trânsito, irregularidades e flagrantes, leis de trânsito; prevenção de acidentes;
- 5) Saúde: como o próprio nome diz, pautas relacionadas à saúde em geral, leis que tratem da saúde pública, orientações, etc;
- 6) Educação: temáticas relacionadas à educação, leis ou projetos sobre o assunto, ações educativas em escolas públicas ou privadas, índices escolares, alfabetização, evasão escolar, etc;
- 7) Economia: assuntos ligados ao mercado de trabalho, empreendedorismo, turismo, negócios, energia solar, mercado financeiro, aviação, tributos, mercado imobiliário, endividamento, políticas públicas ligadas à renda, combustíveis, etc;
- 8) Política: assuntos ligados à política cearense ou nível nacional com repercussões local, leis ou projetos de leis, pautas sobre autoridades públicas do Estado, etc;
- 9) Segurança pública: temáticas ligadas à segurança a nível estadual, local ou regional, crimes de natureza violenta, pautas que tratam sobre insegurança, etc; crimes violentos, violência contra a mulher, crianças e idosos, etc;
- 10) Mobilidade urbana: matérias sobre transporte coletivo e afins, assuntos que tragam impacto no serviço disponibilizado à população, obras relacionadas à engenharia de tráfego, etc;
- 11) Cultura e lazer: temáticas sobre locais culturais a nível local, regional ou estadual, leis relacionadas ao fomento, espaços disponibilizados à população, shows, eventos, programações com artistas, filmes, peças; pautas de comportamento sem qualquer finalidade a não ser mostrar o lazer da população, entrevistas com celebridades, cantores ou artistas; costumes e eventos religiosos que movimentam um grupo ou comunidade;

- 12) Esporte: temáticas ligadas a qualquer tipo de esporte, matérias sobre figuras públicas do esporte cearense; projetos em escolas sobre prática de esportes, serviços disponibilizados à população nesta área, etc;
- 13) Meio ambiente: matérias ligadas à sustentabilidade, meio ambiente, áreas de preservação ambiental, animais sob risco de extinção, leis de proteção ambiental, matérias sobre irregularidades ou infrações ambientais, apreensões de animais, maus-tratos, serviços em saúde para animais, etc;
- 14) Curiosidades: assuntos sobre personalidades nacionais ou cearenses ou acontecimentos que têm relevância a nível local, regional ou estadual; ideias criativas ou inovadoras que transformam uma realidade, etc; fatos misteriosos ligados a costumes de determinada região;
- 15) Infraestrutura: assuntos relacionados a obras públicas, como prédios, patrimônios públicos, rodovias e avenidas, assuntos relacionados à distribuição de energia elétrica, de água, saneamento básico;

A partir desta classificação, iremos sistematizar os dados nas análises das edições dos telejornais. Reforçamos que cada conteúdo será classificado por apenas uma temática para facilitar o mapeamento dos dados.

Além da classificação de temáticas, também selecionamos os tipos de formatos mais utilizados nos três telejornais: Bom Dia Ceará, CE1 e CE2. Utilizamos referências de Boaventura (2020) para descrever formatos considerados “tradicionais” no telejornalismo brasileiro. Somado a isso, também identificamos outros formatos não descritos em sua literatura, que estão presentes na rotina dos telejornais da emissora:

- Entrada ao vivo com plano de “fundo neutro”: são as entradas ao vivo de repórteres em locais que não têm relação com a notícia narrada/citada. Neste tipo de formato, o jornalista repassa as informações ao público com imagens ilustrativas exibidas (que podem ser de acervo ou condizentes com o momento do fato noticioso), grafismo ou ainda sem recursos visuais para complementar o texto verbal;
- Entrada ao vivo in loco: Este tipo formato é caracterizado por entradas ao vivo em que os repórteres transmitem notícias no exato momento em que elas acontecem (Boaventura, 2020, p. 60). São formatos cada vez mais utilizados em programas com o perfil *hard news* e se tornaram uma substituição gradativa das tradicionais reportagens gravadas.
- Nota coberta ao vivo: Este tipo de recurso é caracterizado pela narração de notícias transmitidas na voz de apresentadores, com ilustrações de imagens que condizem com o sentido da notícia. Geralmente, são transmitidas em tempo real.

- Reportagem: O formato mais conhecido pelo senso comum, a reportagem é compreendida pelo “uso de enunciação do apresentador, offs (narração do repórter), passagem (aparência do repórter), entrevistas com fontes e personagens (intituladas como sonoras)” (Boaventura, 2020, p. 60).
- Boletim gravado: Este tipo de formato é semelhante à entrada ao vivo, mas se diferencia por ser uma entrada ao vivo pré-gravada, sem interação dinâmica entre apresentadores e audiência (Boaventura, 2020). O autor descreve que este formato geralmente tem uma assinatura no final do boletim, com o nome do jornalista e o local de onde está falando;
- Telão no estúdio: Os telões no estúdio são recursos gráficos usados para descrever notícias que podem lidas e comentadas por apresentadores, como aumento de produtos da cesta básica, novas linhas de ônibus, datas de programações de eventos ou inscrições de benefícios assistenciais do Governo. São formatos usados para dinamizar o jornal e trazer recursos visuais que mantenham a atenção da audiência;
- Nota pelada: Boaventura (2020, p. 63) descreve esse tipo de formato como informações narradas pelo apresentador durante a transmissão do telejornal, sem o uso de imagens ilustrativas vinculadas à notícia;
- Entrevista gravada via celular ou videoconferência: Este novo recurso tornou-se uma tendência nos telejornais brasileiros, principalmente após a pandemia da Covid-19, em que muitos especialistas, fontes ou personagens foram impossibilitados de realizar entrevistas presenciais. Este formato pode ser utilizado em entrevistas no estúdio com apresentadores, inserido em entradas ao vivo (quando repórter enuncia e chama a fonte) ou até mesmo em reportagens gravadas.

### **5.3 Cobertura: âmbito da cobertura e participação da audiência**

Compreendemos que o processo de cobertura, vinculado à dimensão de regionalidade, está diretamente atrelado às noções de proximidade de uma região, de uma comunidade ou povo. Este processo concentra-se em observar como esses fenômenos são incorporados às rotinas de cobertura das equipes de reportagem da TV Verdes Mares em assuntos que afetam ou podem gerar consequências à rotina da população inserida neste contexto. Neste caso, acrescentamos dois outros indicadores: âmbito da cobertura da realidade e a participação. O primeiro é voltado para compreender o nível de cobertura a partir da questão geográfica e simbólica a partir da seguinte classificação:

- Apenas Local: acontecimentos com repercussões diretas e indiretas em uma cidade, distrito, bairro ou localidade;
- Apenas Regional: acontecimentos com repercussões diretas e indiretas em uma região geográfica e cultural;
- Apenas Estadual: acontecimentos de repercussão ampla a nível estadual;
- Local e regional: acontecimentos em uma cidade, distrito, localidade com efeitos em uma região geográfica;
- Local e estadual: acontecimentos em uma cidade, distrito, localidade com efeitos no estado inteiro;

A princípio, mapeamos as notícias a partir da presencialidade do repórter nos locais dos acontecimentos por considerar que essa interação entre as equipes de reportagem e as fontes traz maior noção de proximidade e maior contextualização na cobertura de fatos noticiosos, que “alimentam” a bagagem cultural e histórica do jornalista na construção da notícia, possibilitando novos olhares acerca de diversas temáticas que requerem conhecimentos e vivências distintas. Porém, entendemos que a presencialidade, conforme descreve Costa (2021), vai muito além da presença física e pode ser construída a partir de outros aspectos tangenciam a memória ou sentimentos alusivos ao pertencimento. “Seja de forma simbólica, por meio da entrega na interação dialógica, da atenção dedicada, ou da construção da presença por meio da narrativa” (Costa, 2021, p. 109).

Contudo, a análise do âmbito da realidade concentra-se em avaliar o aspecto da presença do repórter na cobertura dos fatos. Neste sentido, consideramos que os fatos do tipo locais carregam maior teor de cobertura por duas justificativas: eles destacam realidades muitas vezes percebidas apenas por quem está inserido nestes contextos e exigem maior mobilização dos produtores e editores na produção de marcação de pautas e deslocamentos das equipes até os destinos, motivo pelo qual consideramos que este tipo de âmbito exige maior força de trabalho das equipes dos telejornais. Ressaltamos que a TV Verdes Mares possui sucursais em Fortaleza (capital do Ceará) e nas regiões Norte e Sul do Estado, fator que pode influenciar na abrangência de cobertura em relação às regiões do estado que não têm esses recursos.

Além disso, consideramos ainda os fatos do tipo locais que também têm repercussões em regiões adjacentes, descritas acima como Locais e Regionais. Há ainda as do tipo Locais e Estaduais, registradas em cidades, mas com possíveis consequências em todo o estado, como notícias registradas na capital com possíveis efeitos em todo o Estado. Temos também os fatos do tipo regionais, em que não há a presencialidade geográfica do repórter, mas identifica-se referências e possíveis impactos às cidades inseridas nessas regiões.

A participação, o segundo indicador vinculado à dimensão de regionalidade, é voltada para a análise da produção colaborativa da audiência. Então, reconhecemos a definição de participação como o envio de imagens, vídeos, informações, testemunhos e entrevistas manifestações relevantes, já que essa integração entre imprensa e audiência fortalece vínculos, a democracia e o pensamento crítico de quem acompanha os telejornais, o que entendemos como um forte elemento da qualidade. Então, elencamos quatro níveis de participação que serão usados na análise das edições:

- 1) **Nível 1:** o uso de imagens e vídeos e a menção de que foi captado por fontes externas, apuração e entrevistas *in loco* com fontes (identificadas ou anônimas) envolvidas no local do acontecimento ou com fontes consultadas para complementar o conteúdo (órgãos públicos, especialistas, etc). Assim, entendemos que a presença do repórter ou produtor em campo traz maior teor de apuração, captando detalhes em imagens ou versões de depoimentos até mesmo inéditos. (Nesta categoria também incluímos entrevistados que preferiram não expor a identificação por motivos de segurança).
- 2) **Nível 2:** uso de imagens e vídeos captados por meios externos e com menção de quem enviou o conteúdo, sem a apuração *in loco* do repórter em campo, com entrevistas ou contato para apuração com envolvidos (identificados ou anônimos) por meio de vídeos, geralmente realizados por jornalistas da redação em plataformas de gravação (*Zoom*, *Google Meet*, etc) ou até mesmo enviados por celular aos produtores. Nesta categoria, compreendemos que todo conteúdo enviado à redação sem a checagem de repórteres em campo junto às fontes primárias tem menor teor de participação do público.
- 3) **Nível 3:** Uso exclusivo de imagens captadas pela equipe de reportagem (atuais ou não), juntamente com entrevistas com fontes oficiais, entidades, especialistas, políticos e representantes comerciais, sem a participação do público geral ou o famoso “POVO FALA”. Neste caso, as entrevistas podem ser feitas no local do acontecimento ou também por meio de plataformas de gravação (*Zoom*, *Google Meet*, etc) ou via celular. Durante a edição do conteúdo, as entrevistas são inseridas no conteúdo.
- 4) **Nível 4:** nenhum registro de fotos e vídeos enviados pela população (moradores, comerciantes, entidades sem fins lucrativos, órgãos públicos, especialistas, líderes comunitários), nenhum registro de imagens captado pela equipe de reportagem ou imagens de arquivo (geralmente a emissora usa o selo informando que as imagens não são atuais), nenhuma menção se a pauta foi elaborada após sugestão de fontes externas, nenhuma entrevista *in loco* com os agentes que sugeriram o assunto e sem apuração *in loco*.

Desse modo, poderemos identificar a partir da análise das edições como os conteúdos são esquematizados, se há bastante uso de conteúdos com produção colaborativa das audiências e se há, efetivamente, participação ativa das fontes em entrevistas, como o “povo fala” - recurso bastante usado no telejornalismo. Ou ainda se há, por exemplo, a utilização recorrente de imagens de câmeras de vigilância nas notícias. Torres Neto (2021) salienta que o uso desse recurso traz o efeito de realidade na construção da notícia, como também a ubiquidade dos acontecimentos nos quais o jornalismo não alcança, com imagens cruas registradas sem qualquer intenção jornalística, mas usadas para esse fim com o olhar sagaz do jornalista, que busca o furo jornalístico.

Vale lembrar também dos contextos noticiosos nos quais os jornalistas não possuem acesso livre, mas que através do uso das imagens de câmeras de vigilância acabam conseguindo produzir sua reportagem e em algumas situações alcançar até mesmo o almejado furo jornalístico (Torres Neto, 2021, p. 26).

Contudo, o uso excessivo desse recurso traz questionamentos quanto à profundidade dos conteúdos. De um lado, há o registro inédito de determinado fato, de outro há a preocupação com checagem dos fatos e suas repercussões no local do acontecimento, na necessidade de apurar as informações em campo, de ouvir testemunhas para enriquecer o conteúdo para que não se torne mera reprodução de imagens ou flagrantes. Seguindo os critérios listados nos três níveis de participação, analisamos quais conteúdos que têm colaborações externas ou aspectos como entrevistas e menção das sugestões atendidas nos telejornais, que somados carregam maior teor de participação e qualidade.

#### **5.4 Tipos de abordagens: infotenimento ou não infotenimento**

Durante o processo de elaboração do referencial teórico, ponderou-se que o infotenimento, modelo que aparentemente é usado na emissora, seria um dos processos relacionados aos indicadores de qualidade. Contudo, não foi possível relacionar nenhum dos indicadores com esse parâmetro, embora seja possível raciocinar que o infotenimento atrai mais participação do público nos espaços de ambivalência dos telejornais, como envio de sugestões, imagens e vídeos que são componentes usados nos conteúdos dos telejornais. Porém, não há como indicar se isso afeta ou não a qualidade audiovisual, mas pode ser um fator de intermediação na forma como os conteúdos são apresentados com o intuito de atrair a atenção.

Por isso, elaboramos uma tabela para determinar o tipo de abordagem dos conteúdos com uma classificação simples: infotimento ou não infotimento.

Com o uso desse método, pretendemos identificar quais são os conteúdos com maior teor de infotimento e analisar se ambos têm caráter qualitativo com base nos conceitos usados neste trabalho.

## **5.5 Observação participante**

Analisar um objeto do ponto de vista qualitativo exige um olhar amplo e direcionado à finalidade da investigação. Enquanto pesquisadora, esta responsabilidade torna-se ainda mais desafiadora, já que atuo como jornalista dentro do contexto da TV Verdes Mares. Segundo Campos, Silva e Albuquerque (2021, p. 96), existem dois tipos de observação: a observação não participante e a observação participante. Na primeira, o explorador não está inserido na cultura do objeto, trabalhando como um explorador externo à “bolha”. Na segunda, o agente além de vivenciar os fenômenos como membro, também pode compreender particularidades vividas a partir dessa experiência (Campos; Silva; Albuquerque, 2021, p. 97). No caso desta pesquisa, usaremos a observação participante por considerarmos que as duas figuras, de pesquisadora e membro ativo da própria realidade do objeto, podem contribuir muito com o objetivo da pesquisa, sem contar com a própria facilidade de acompanhar todos os processos dos telejornais da emissora, uma vantagem que aproveitamos para enriquecer o escopo deste trabalho. Contudo, no caso da observação participante, os autores ressaltam a importância de que o explorador ou investigador atue com consciência de seus objetivos para com sua pesquisa, trabalhando com a comunidade como se fosse parte dela, mas sem transmitir ações superficiais ou com excessos que podem pôr em risco a objetividade, caso o agente mergulhe tanto na situação a tal ponto que esqueça os questionamentos que devem ser feitos ou anotações relevantes para a análise em questão (Campos; Silva; Albuquerque, 2021).

Os três autores trazem ainda a consistência em registrar as anotações ou observações para que a pesquisa seja feita com rigor e atenção a cada detalhe observado. “É importante porque as perspectivas e interpretações do etnógrafo frequentemente mudam ao longo da duração do processo de trabalho de campo” (Campos; Silva; Albuquerque, 2021, p. 103). Neste caso, usaremos o diário de campo e as notas como ferramentas na pesquisa. No recorte temporal estabelecido para a observação em campo, poderemos comparar observações e fatos que respondem às questões de pesquisa e destacam os modos como cada indicador de qualidade se organiza na dinâmica dos três telejornais observados.

## 6 RESULTADOS E REFLEXÕES

Analizamos cinco edições dos três telejornais (Bom Dia Ceará, CE1 e CE2), o que resultou na soma de 15 edições, 246 conteúdos e 386 fontes mapeadas. A partir da interpretação dos dados com base na vivência em campo como observadora participante, analisamos os elementos colhidos nas amostras selecionadas no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística<sup>17</sup>, de acordo com as orientações metodológicas descritas no capítulo anterior.

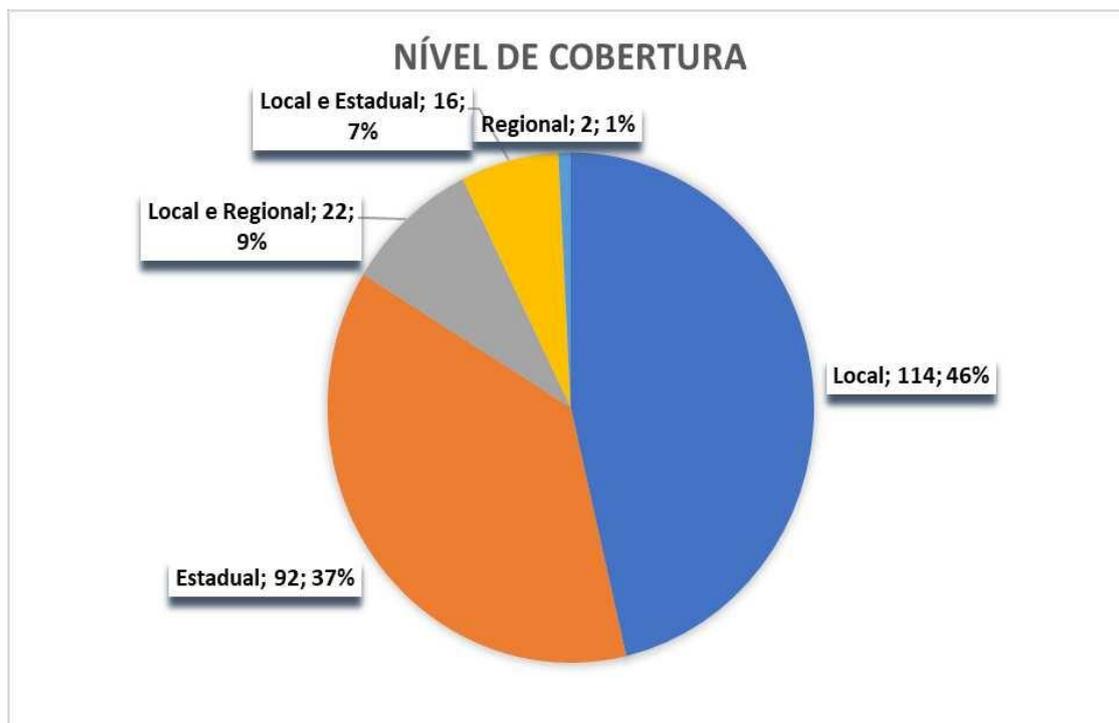
No Bom Dia Ceará, mapeamos 97 conteúdos e 151 fontes. No CE1, 87 conteúdos e 112 fontes. No CE2, por sua vez, identificamos 61 conteúdos e 123 fontes. Nos três telejornais, analisamos os seguintes formatos: entradas ao vivo, reportagens, boletins gravados, notas cobertas (com ou sem imagem), telões no estúdio e todo e qualquer formato jornalístico apresentado. Porém, não incluímos passagens de bloco e nem a escalada do jornal, seja pelo tempo hábil em analisar tais conteúdos e também pela baixa relevância desses elementos na discussão desta pesquisa, que está mais interessada em analisar os conteúdos propriamente ditos e sua relação com a regionalidade (âmbito da cobertura da realidade e a participação da audiência).

### 6.1 Regionalidade: âmbito da cobertura da realidade e participação da audiência

O levantamento de dados demonstrou que a maioria dos assuntos têm maior cobertura “Local”, ou seja, priorizam temáticas que afetam a capital fortalezense ou cidades que fazem parte do eixo geográfico da Região do Cariri e Região Norte/Litoral Oeste do Ceará. Elaboramos um gráfico para descrever os dados levantados nas amostras:

---

<sup>17</sup> O teste pode ser acessado por meio do link: [https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/d/12\\_V77MO1-Rvk16SK7MjthtIzwVKbiKEIkF6ISduPysg/edit](https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/d/12_V77MO1-Rvk16SK7MjthtIzwVKbiKEIkF6ISduPysg/edit).

**Gráfico 1 - Âmbito da cobertura da realidade**

Fonte: Elaborado pela autora.

Do total de conteúdos analisados nos três telejornais, 114 se classificam como apenas locais, representando 46%. Em seguida, temos estadual, somando 92 notícias, com percentual de 37%. As coberturas “Local e Regional” são compreendidas como assuntos que afetam diretamente uma cidade e com maior repercussão em regiões metropolitanas. Estas estão incluídas em 22 conteúdos, com percentual de 9%. Já a categoria “Local e Estadual”, geralmente associada à capital cearense, mas com efeitos em todo o estado, acumula 16 assuntos, com percentual de 7%. E “Regional”, apenas com 2 conteúdos, percentual de 1%.

Percebemos que as cidades economicamente ativas têm maior grau de cobertura, considerando ainda que as três regiões metropolitanas do Ceará pertencentes às cidades-Fortaleza, Sobral e Juazeiro do Norte - têm mais fatos noticiados. Isso também pode ser explicado pela presença de equipes de reportagem nos três municípios, o que facilita o deslocamento até os locais dos acontecimentos. A partir da análise como observadora participante, foi possível pontuar que as viagens em cidades mais distantes das sucursais são previamente agendadas e programadas, com exceção de acontecimentos de última hora, que exigem uma mobilização imediata para garantir a cobertura *in loco*. Geralmente, as temáticas associadas aos assuntos factuais são acidentes, enchentes, casos de violência urbana, ambos classificados nas respectivas temáticas: Trânsito, Tragédias e Segurança Pública.

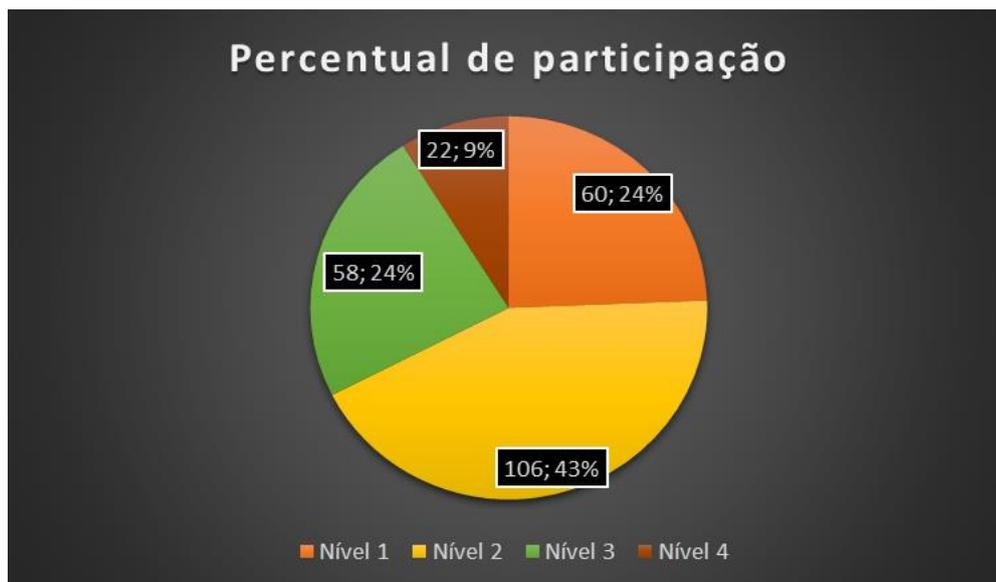
Os resultados demonstraram que os três telejornais têm quase o mesmo padrão de cobertura, embora possuam perfis editoriais distintos. No Bom Dia Ceará, por exemplo, analisamos 97 conteúdos. Destes, 47 configuram-se como “Locais”; os “Estaduais” foram identificados em 37 notícias; 7 se configuram como “Local e Regional”, 5 como “Local e Estadual” e apenas 1 incluído na categoria “Regional”.

Já no CE1, dos 112 conteúdos analisados, 42 têm cobertura classificada como “Local”. Em contrapartida, parte das temáticas têm abrangência para todo o Ceará, com 29 notícias. Já os assuntos com realidade classificada como “Local e Regional” foram identificados em 10 notícias e seguidos de Local e Estadual, somando 6 conteúdos.

Por último, temos o CE2, em que identificamos uma pequena diferença entre os outros telejornais. Neste, o maior nível de cobertura foi classificado em notícias “Estaduais”, com 26 conteúdos, de um total de 62. Em seguida, temos os fatos entendidos como “Locais”, com 26 assuntos. Em seguida, temos as categorias “Local e Estadual” e “Local e Regional”, cada uma com 5 conteúdos respectivamente.

Relacionando os resultados, percebemos que há tendência para cobertura de fatos do tipo locais por questões que estão intrínsecas aos fatores de audiência - não mapeados neste estudo, mas que influenciam na percepção desses indicadores nos conteúdos. Por exemplo, durante a observação em campo, nota-se que as métricas de audiência registradas simultaneamente nas transmissões dos telejornais avaliam, a princípio, os telespectadores sintonizados em Fortaleza (capital do Ceará) e na região metropolitana. Ao fim do mês, os resultados consolidados da audiência de todo estado são levantados para demonstrar como foi o comportamento do público. Isso mostra que a maior parcela da “audiência” pode estar diluída nessas regiões, motivo pelo qual notamos que essas áreas têm maior nível de cobertura, o que denota o interesse da emissora em fortalecer o vínculo de proximidade ou gerar “engajamento” para as audiências situadas nesses municípios.

Assim, percebemos que o intuito inicial da emissora revela a necessidade de fortalecer vínculos e noções de pertencimento com o público a partir da presença do repórter na cobertura dos fatos noticiosos, o que explica os registros expressivos de notícias desta natureza. Mas, as questões comerciais e os parâmetros de audiência influenciam decisões editoriais na cobertura de fatos, seja pela possibilidade de maior retenção da audiência nessas regiões ou proximidade geográfica das equipes nas cidades em que há repórteres e recursos disponíveis.

**Gráfico 2 - Nível de participação da audiência**

No quesito participação da audiência, verificamos que 43% dos conteúdos estão inseridos no nível 2º de participação, somando 106 notícias. Este nível é caracterizado pelo uso de imagens e vídeos externos (transformando em entrevistas), sem a apuração do repórter no local do acontecimento), com a maior parte do conteúdo produzido por meio externo, mas sem a presencialidade da equipe de reportagem junto às fontes primárias e secundárias no local do acontecimento. Através da observação-participante, podemos perceber que o uso constante desse nível de participação facilita as rotinas de produção dos jornalistas e até facilita a cobertura em cidades distantes das sucursais, mas compromete a profundidade na apuração de fato. Nas análises, também se percebe o uso frequente de imagens de câmeras de segurança cedidas por fontes anônimas, principalmente em conteúdos relacionados à temática segurança pública. O que deveria ser um complemento à construção da cobertura noticiosa, torna-se um elemento cada vez mais “dependente” nas rotinas dos telejornais, já que constatamos entradas ao vivo de repórteres narrando tais imagens, sem a presencialidade do repórter no local do acontecimento para alcançar mais riqueza na condução de notícias.

Em seguida, temos o nível 1º, caracterizado como um maior grau de participação da audiência, totalizando 60 notícias, com 24%. Neste, os jornalistas fazem uso de imagens e vídeos enviados à redação, mas com a presencialidade e a apuração do repórter no local do acontecimento, seja com entradas ao vivo ou materiais gravados. Os conteúdos inseridos nessa categoria priorizam entrevistas realizadas *in loco* com fontes primárias, moradores, vítimas de violência, personagens centrais de uma notícia, embora sempre alinhadas com a confirmação

de informações ou declarações por parte das fontes oficiais, o que veremos a seguir nos resultados relacionados à diversidade de fontes e temáticas.

Além disso, o teste também destacou outro recorte interessante: 24% dos conteúdos estão classificados no nível 3º e participação, em que a prioridade são as fontes oficiais ou declaratórias, sem a participação da comunidade ou de personagens individuais possivelmente envolvidos com o fato ou temática abordada, mesmo uso de imagens profissionais captadas pela própria equipe de reportagem em campo, conforme apresentado acima. Ao acompanhar a rotina dos telejornais, percebemos que este tipo de nível caracteriza-se por assuntos ligados à “prestação de serviço”, como reformas em postos de saúde, mudanças no trânsito, entre outros. Contudo, ambas registraram baixo espaço de participação para os mais envolvidos no assunto: a própria audiência.

Por último, temos as informações sem imagens ou recursos visuais classificadas como nível 4º, registrando 9% no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística, com apenas 22 assuntos. Mesmo que na televisão a imagem seja prioridade, as informações inseridas nesta categoria exigem a habilidade do apresentador em repassar o conteúdo de forma simples e objetiva, sem a participação da audiência, apenas com a confirmação das fontes envolvidas, com prioridade para as oficiais, segundo os elementos colhidos nas amostras.

Com os resultados, podemos perceber que os telejornais priorizam a participação colaborativa da audiência nos conteúdos por questões pela versatilidade em noticiar mesmo à distância, apenas com uso de imagens e vídeos captados e enviados pelo público. Esta prática se distancia da noção de proximidade e de vínculo de pertencimento relacionado com a regionalidade, mesmo que remeta a essa dimensão. Isso também limita a possibilidade de oferecer novos formatos jornalísticos ou realizar entrevistas com as fontes testemunhais que têm maior grau de reconhecimento da notícia. Diante disso, percebemos que a qualidade dos conteúdos do ponto de vista da participação da audiência se dá através da flexibilidade que as redes sociais oferecem aos jornalistas no acompanhamento das informações e possíveis acontecimentos noticiáveis, mas há pouca profundidade na construção da notícia, o que compromete a qualidade do conteúdo.

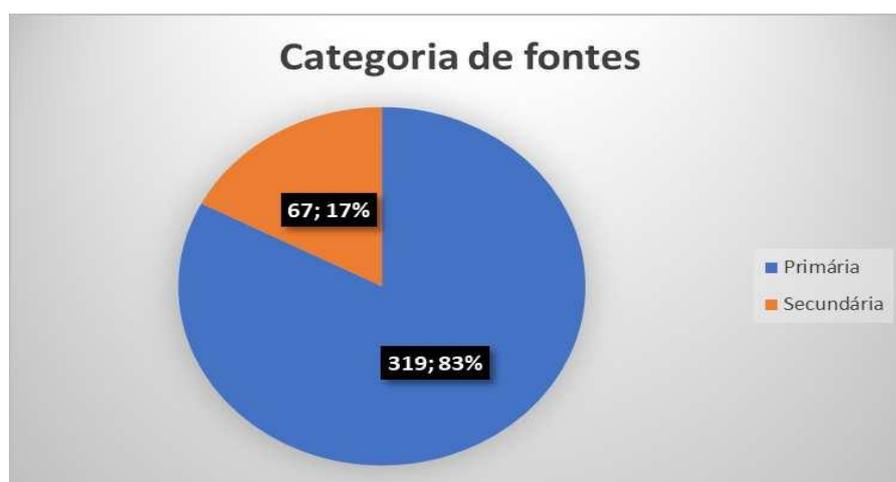
## **6.2 Gestão de conteúdo: diversidade e interesse público**

Neste subtópico, concentramos os resultados da amostra selecionada na primeira etapa de investigação, aplicada nos tipos de diversidades de fontes, com referências de Schmitz (2011), que centraliza sua pesquisa nas seguintes classificações: categoria, grupo, ação e

qualificação. Já nas temáticas, utilizamos referências próprias a partir da vivência na edição de texto na TV Verdes Mares e do mapeamento de assuntos abordados no cotidiano dos telejornais. Ao todo, elencamos 16 categorias: 1) Direitos Humanos, 2) Meteorologia, 3) Tragédia, 4) Trânsito, 5) Saúde, 6) Educação, 7) Economia, 8) Política, 9) Segurança Pública, 10) Mobilidade Urbana, 11) Cultura e Lazer, 12) Esporte, 13) Meio Ambiente, 14) Curiosidades, 15) Infraestrutura e 16) Sem temática. Em relação ao interesse público, trazemos referências de Nogueira (2017), que baseia a sua pesquisa em torno da pluralidade de fontes como fator determinante no nível de interesse público em cardápios de notícias, através dos tipos de atributos e fatos abordados. Também incluímos uma das reflexões de Sartor (2018) sobre o interesse público no jornalismo, muitas vezes atribuído como um meio em que é possível cobrar direitos e deveres enraizados na sociedade, agindo como um agente fiscalizador. Por isso, elaboramos a seguinte classificação: sim (x) para conteúdos de denúncia, e não (x) para conteúdos sem esse objetivo. Ressaltamos que o resultado apresentado não é uma realidade total do Ce1, mas pode demonstrar quais são os assuntos priorizados e mais destacados, assim como o oposto disso, motivo pelo qual iniciamos esta pesquisa. Além disso, também incluímos os tipos de formatos com base nos mais utilizados pelos três telejornais: entradas ao vivo, reportagens, boletins gravados, notas cobertas ao vivo, notas peladas, telões no estúdio, entrevistas gravadas por videoconferência no estúdio ou via celular.

Enfatizamos também que os 246 conteúdos analisados carregam um ou mais elementos, como categorias e grupos de fontes, com exceção das temáticas, nível de participação, tipos de atributos, fatos e o teor de infotainment, o que interfere no número de elementos mapeados. Veja abaixo o primeiro gráfico:

**Gráfico 3 - Categorias de fontes mapeadas na amostra**



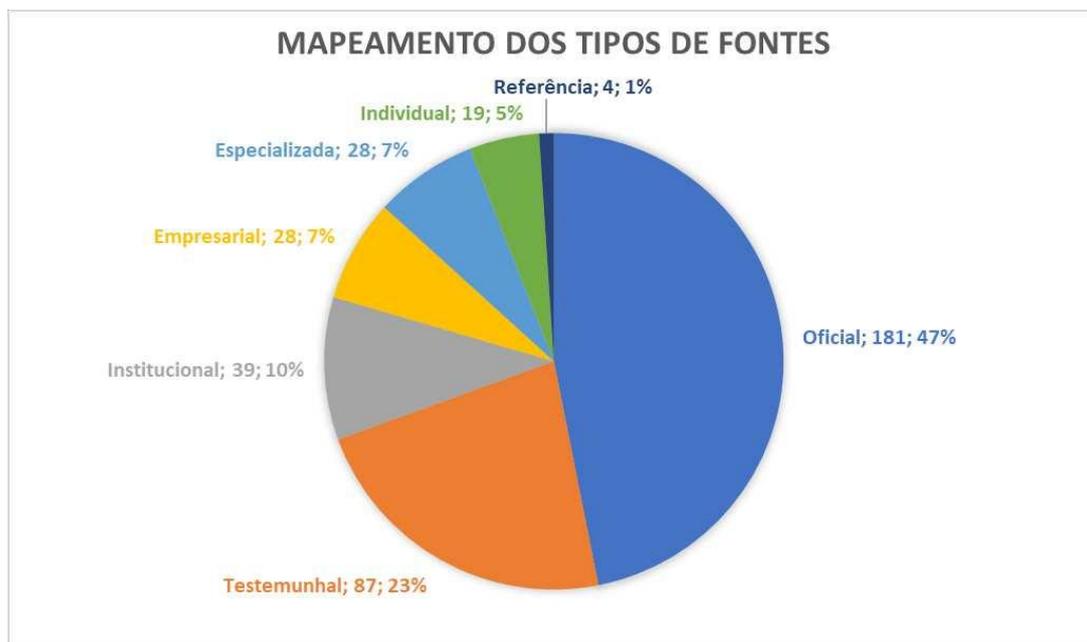
Fonte: elaborado pela autora.

Na categoria de fontes, foram mapeadas 319 fontes primárias e 67 secundárias, totalizando 386 agentes, ambas com 83% e 17%, respectivamente. A primeira categoria remete aos envolvidos diretamente em um acontecimento, já a segunda se refere aos agentes consultados para complementar ou atestar uma informação.

A partir desse resultado, percebemos que as fontes do tipo Oficial e Testemunhal são mais priorizadas na checagem de fatos noticiosos. Ressaltamos que essa “busca” se reflete não só em entrevistas, mas em ligações, mensagens, notas de órgãos oficiais e qualquer meio que possa colaborar no trabalho de apuração dos jornalistas. Isso reflete na qualidade do conteúdo do ponto de vista da construção mais próxima da realidade do fato, fortalecendo a noção de proximidade vinculada à regionalidade, o que eleva a qualidade dos conteúdos.

O resultado aponta que os telejornais priorizam fontes que vivenciaram um acontecimento para trazer maior veracidade na construção da cobertura de um fato. No outro gráfico demonstrado abaixo, trazemos os tipos de fontes usados nas 15 edições analisadas:

**Gráfico 4 - Fontes mapeadas na amostra**



Fonte: elaborado pela autora.

O levantamento revela que 47% das fontes ouvidas são Oficiais, grande parte constituída por órgãos públicos, representando 181 notícias. Em seguida, temos Testemunhal, com 87 conteúdos, 23%. Logo após, Institucional, com 39 resultados, o equivalente a 10%; as fontes mapeadas como Empresariais e Especializadas registraram o mesmo resultado e percentual, com 28 assuntos, 7%, respectivamente, conforme demonstra o gráfico esquematizado. Há

também as fontes caracterizadas como individuais, estas identificadas em 19 assuntos, retratando 19%. E por fim, temos as fontes do tipo Referências, reconhecidas por seu renome, registradas em 4 notícias, representando apenas 1% do total de 386 fontes mapeadas.

Reforçamos que nas definições metodológicas estabelecemos a seguinte lógica: a diversificação equilibrada de fontes garante maior teor de qualidade nos conteúdos. A partir disso, observamos que não houve equiparação no recorte analisado na amostragem. Durante a vivência como observadora na redação da emissora, pôde-se comprovar que as fontes oficiais são as primeiras consultadas na checagem de fatos chamados de *hard news* e na produção de pautas consideradas “frias”, ou seja, que não carregam factualidade. As fontes institucionais, que ocuparam o segundo lugar no mapeamento, são declaradas “porta-vozes” de entidades que comunicam posicionamentos políticos ou econômicos sobre determinadas temáticas, como aumento da gasolina, cobranças em estacionamento em aeroportos, entre outros. Estas fontes geralmente são sempre consultadas por representar categorias como lojistas, órgãos de defesa do consumidor e entidades ligadas a sindicatos trabalhistas, por exemplo.

Observamos que os telejornais priorizam as fontes do tipo oficiais e testemunhais, o que levanta pontos negativos e positivos no que diz respeito à qualidade dos conteúdos. Nos registros de fontes oficiais, resgatamos reflexões de Ferro (2018), que indica a problematização do que a autora chama de “jornalismo declaratório”, compreendido como uso excessivo de fontes oficiais nas apurações de notícias, comprometendo o caráter qualitativo da notícia, já que outros grupos de fontes não têm pouco espaço de colaboração no processo noticioso, segundo o levantamento realizado nesta pesquisa.

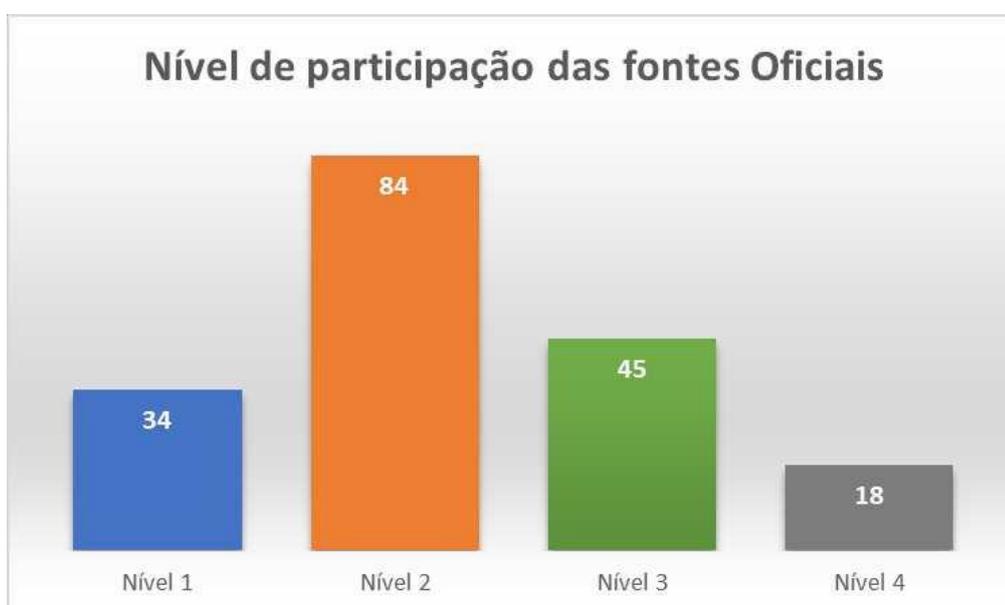
Além disso, outro dado revela ainda a proximidade da relação entre produtores e assessorias de imprensa locais. No gráfico, identificamos que as fontes do tipo Empresariais e Especializadas, além de ocuparem o mesmo resultado, demonstraram expressivo espaço nos conteúdos analisados. Isso pode ser explicado pela intenção das fontes e seus tipos de ações, também verificados nesta pesquisa. Os dois tipos de fontes podem ser incluídos na categoria de ações proativas, ou seja, de assessorias ou de iniciativa das fontes em sugerir pautas ou disponibilidade para comentar, declarar ou explicar alguma ação em curso ou resultado, que traga complemento à notícia. Observamos esta prática a partir da experiência em campo na redação: as assessorias criaram uma relação orgânica com a imagem das fontes e, muitas vezes, os produtores ou editores já buscam as marcações de entrevistas sem a iniciativa dos assessores.

Já as fontes Individuais, são parcelas da população que ganham espaço de fala nas conhecidas reportagens e entradas ao vivo em que há o famoso “povo fala”, formato que possibilita entrevistas com “pessoas comuns” que cometem assuntos do seu dia a dia.

Percebemos que este tipo de espaço teve mais representação no CE1 e no Bom Dia, o primeiro com o perfil mais comunitário e o segundo com notícias que tratam de prestação de serviço à população, segundo a linha editorial manifestada pela emissora. Por último, temos as fontes do tipo Referência, geralmente consultadas para comentar notícias de saúde ou economia.

Contudo, trazemos pontos positivos em relação ao número de fontes do tipo Testemunhais, que registraram o 2º maior resultado na amostragem. Mesmo que a diversidade equilibrada de fontes seja o maior indicativo de qualidade nesta pesquisa, consideramos que as fontes testemunhais estão ligadas à noção de proximidade e à dimensão de regionalidade porque carregam vínculos sociais, econômicos e simbólicos associados aos locais dos acontecimentos envolvidos no processo noticioso. Isso revela dois pontos: as fontes deste tipo de perfil têm maior repertório para declarações ou depoimentos sobre fatos históricos, culturais ou problemáticas levantadas nas notícias. Há também o fato de que essas fontes têm maior grau de confiabilidade, já que estão inseridas no contexto/local do fato, o que garante maior riqueza de detalhes na apuração. Com isso, percebe-se que as notícias classificadas como locais (descritas no gráfico 1) têm maior participação das fontes testemunhais (descritas no gráfico 4), o que demonstra que a participação dessas fontes fortalece a carga de conteúdos vinculados à dimensão de regionalidade.

**Gráfico 5 - Participação das fontes oficiais**

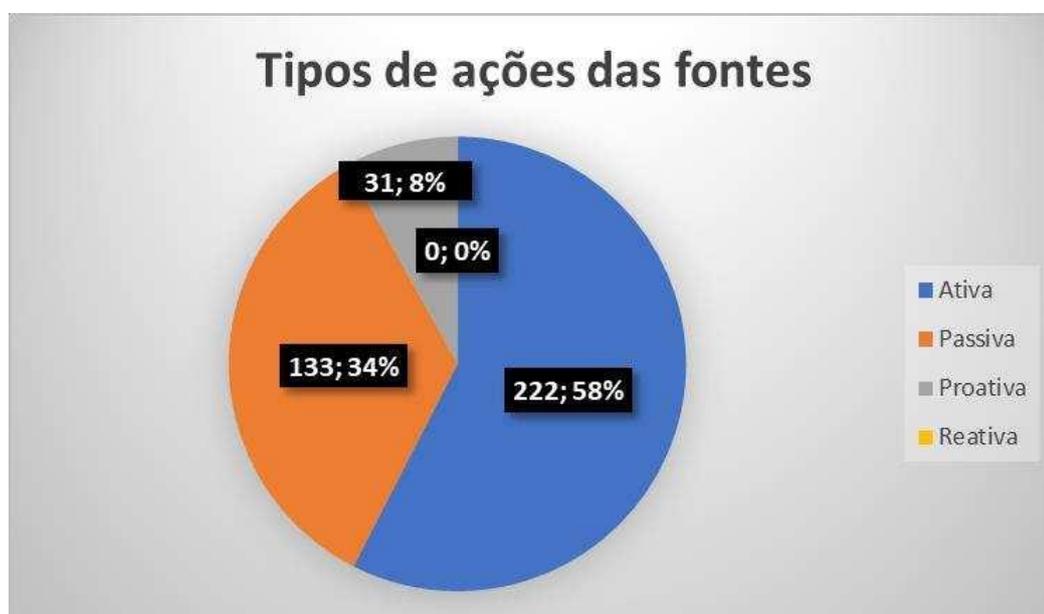


Fonte: elaborado pela autora.

Das 181 fontes oficiais identificadas na amostragem, observamos que a maioria se enquadra no nível 2º de participação, em que as fontes enviam vídeos no formato de entrevistas aos jornalistas, com 84 fontes, o equivalente a 46,41%. Em seguida, temos o nível 3º de participação, compreendido por uma categoria que privilegia fontes oficiais, com entrevistas realizadas presencialmente pela equipe de reportagem, juntamente com imagens captadas pelo cinegrafista, com nenhuma participação da população, representando 24,86%. Em terceiro lugar, temos o nível 1º de participação: com registro de 18,78% das fontes oficiais, caracterizado por uso de imagens e vídeos enviados como forma de participação da audiência, mas também apuração e entrevistas *in loco* com as fontes envolvidas. No último lugar, identificamos o nível 4º, em que não há entrevistas e nem imagens cedidas por fontes, apenas informações confirmadas, com total de 18 fontes oficiais, representando 9,94% do total.

Os dados revelam a desproporção na diversidade deste grupo de fontes, considerando que as do tipo Oficial estão presentes na maioria das notícias em diversos tipos de temáticas. Isso, então, caracteriza desequilíbrio de grupos de fontes, considerando que a equiparação de fontes é o principal indicador de qualidade no quesito diversidade, descrito nas definições metodológicas deste trabalho. Mesmo que haja perfis distintos de fontes oficiais por área ou temática, de acordo com a formação e reputação de ambas, o foco deste trabalho se volta apenas para os grupos de fontes e não para a diversidade dos “créditos” dos agentes.

**Gráfico 6 - Ações mapeadas na amostra**



Fonte: elaborado pela autora.

A análise apontou que a maioria das fontes consultadas é considerada ativas, que estão sempre à disposição, com registro de 58%, localizadas em 222 notícias. Já as fontes passivas, que só se manifestam quando consultadas, representam 34% do total de 133 conteúdos. As proativas, geralmente especialistas assessorados por jornalistas, contabilizam 8% da lista, presentes em 31 fatos. Não houve registro de fontes reativas, conhecidas por manter a privacidade e rejeitar a exposição. Neste caso, pontuamos

Consideramos que a maior participação das fontes ativas inclui grupos de fontes tipo Oficial, Empresarial e Institucional, que geralmente se mostram mais cooperativos em fornecer entrevistas ou depoimentos. A relação entre os jornalistas e estes grupos de fontes se mostra próxima, já que foi possível notar o contato direto entre produtores e assessores destes agentes ou órgãos, o que garante maior benefício entre ambos os lados, seja pela facilidade e até agilidade em confirmar informações ou pela aparição dos entrevistados na televisão aberta.

Já as fontes agrupadas na classificação passiva podem ser incluídas as do tipo testemunhal ou individual. São fontes que estão presentes no local dos acontecimentos e podem ou não ter relação com o fato noticiado. Por exemplo, em notícias de acidentes, há registro de entrevistas com testemunhas que viram a ação ou as que apenas passam diariamente no trecho e têm uma visão genérica da situação, comentando há quanto tempo o local não tem sinalização.

Por outro lado, as fontes do tipo proativas têm perfis de profissionais especialistas ou fontes referência em determinada área, como advogados, contadores, economistas, profissionais da saúde, pesquisadores, entre outros. Este tipo de grupo geralmente é acompanhado por jornalistas, que oferecem pautas “prontas” aos produtores ou até mesmo a aparição dos agentes para fortalecer sua imagem na mídia em relação a determinado tema ou área específica. Percebemos que no caso da TV Verdes Mares, os jornalistas procuram as assessorias para marcar entrevistas com os especialistas em relação a uma pauta pensada pelos próprios telejornais, sem tantos registros de pautas vindas de *releases* de assessores, com exceção das matérias recomendadas - pautas elaboradas em prol de benefícios comerciais ou estratégicos da emissora.

Por fim, registramos que não houve nenhum registro de fontes reativas. Percebemos, a partir da observação participante, que há pouco interesse dos jornalistas na procura por posicionamentos ou declarações de fontes que carregam este tipo de ação, como políticos, celebridades, subcelebridades, personalidades locais, figuras públicas que já ocuparam cargos públicos e preferem manter a privacidade. Há uma grande preocupação em evitar assuntos em torno de polêmicas registradas em círculos políticos ou econômicos, demonstrando que a

emissora prefere demonstrar um perfil de neutralidade, principalmente se estas fontes já foram envolvidas em situações desta natureza.

Com base no indicativo de diversidade de fontes, percebemos que, assim como nas categorias de fontes primárias e secundárias e nos grupos de fontes, há disparidade no equilíbrio de fontes, o que demonstra o baixo teor de diversidade atrelado à colaboração das fontes, já que determinados tipos têm maior “espaço” para colaboração em detrimento de outros.

**Gráfico 7 - Qualificação das fontes mapeadas na amostra**



Fonte: elaborado pela autora.

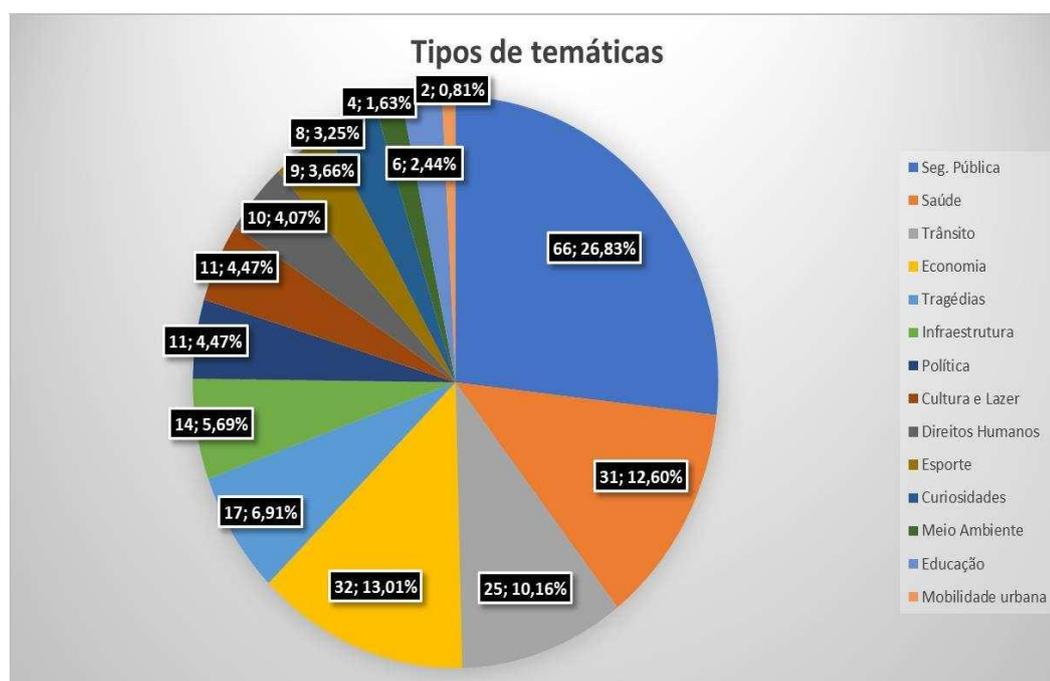
Observamos que das 386 fontes mapeadas na amostragem, 95% se configuram como fontes consideradas confiáveis, com registro de 363. Do total, 23 fontes carregam o teor de fidedigno, em que há crença na declaração, ou seja, 6%. Não houve registro de fontes com caráter duvidoso. Na análise empírica, definimos o tipo de qualificação considerando aspectos como envolvimento com o fato noticioso, detalhamento de informações e reputação ou referência no recorte da notícia.

O resultado demonstra que os conteúdos têm maior participação de fontes consideradas confiáveis, que têm repertório e reputação comprovada para atestar a veracidade de determinada informação ou trazer complemento à notícia. Isso revela que as fontes confiáveis asseguram maior qualidade na notícia, além de serem consultadas com mais frequência por fornecerem informações em tempo ágil, de acordo com necessidade de noticiar os fatos com mais agilidade e até em primeira mão. Já as fidedignas têm caráter confidencial mas possibilitam a cobertura de furos jornalísticos, considerados pela emissora como um dos valores-notícia atribuídos à rotina jornalística:

Deve-se perseguir o furo jornalístico, a informação exclusiva, em primeira mão, mas jamais se descuidar dos outros atributos da informação de qualidade: a isenção com que é produzida, ouvindo-se todos os lados nela envolvidos, e a correção dos dados nela apresentados. Notícia errada ou enviesada não é furo; é um golpe na credibilidade do veículo (Princípios [...], 2011).

Contudo, as notícias em que há a presença de fontes fidedignas exigem a necessidade de maior rigor na apuração e tratamento da notícia (edição no sigilo da fonte e cuidados na edição de imagem, no caso da televisão) para evitar equívocos ou possíveis erros. Consideramos que as fontes carregam bons níveis de qualificação, considerando que não houve registro de fontes duvidosas.

**Gráfico 8 - Tipos de temáticas mapeadas na amostra**



Fonte: elaborado pela autora.

Na categoria temáticas, podemos considerar que as fontes oficiais são usadas como uma ferramenta de checagem dos assuntos mais pautados no telejornal, principalmente nos conteúdos na área de segurança pública, que correspondem ao expressivo percentual de 26,83% do total de temáticas, com 66 notícias, ocupando o topo da lista. Nesta, são destacados casos homicídios, flagrantes de furtos e assaltos, violência contra a mulher, golpes financeiros e casos envolvendo agentes envolvidos em esquemas ilegais ou fraudulentos. Em seguida, temos as categorias Saúde (31; 12,60%), Trânsito (25; 10,16%), Economia (32; 10,01%), Tragédias (17; 7,91%), Infraestrutura (14; 5,69%), Cultura e Lazer (11; 4,47%), Política (11; 4,47%), Direitos Humanos (10; 4,04%). Na análise, observamos que houve variedade no cardápio de temáticas

nas edições incluídas na amostragem, mas há desigualdade alarmante no número de registros das temáticas Segurança Pública, Saúde, Trânsito e Economia em relação às seguintes: Esporte (9; 3,66%), Curiosidades (8; 3,25%), Educação (6; 2,24%), Meio Ambiente (4; 1,63%) e Mobilidade Urbana (2; 0,81%).

A discrepância apresentada no gráfico pode ser justificada pelas seguintes razões: o tempo de produção distinto dos três telejornais e a linha editorial de cada um, que pode ser um fator influenciador na produção realizada para alcançar determinados públicos e as métricas de audiência - estas duas últimas não estão incluídas no objetivo desta pesquisa.

No Bom Dia Ceará, por exemplo, a produção do telejornal é maior, com 150 minutos de produção (2 horas e 30 minutos). No CE1, com 75 minutos de produção (1 hora e 15 minutos). O CE2, por sua vez, tem cerca de 25 a 28 minutos (esse número varia conforme a grade da TV Globo, principalmente em dias com transmissões de campeonatos esportivos). Isso afeta o número de elementos apresentados, mas não responde o motivo das três temáticas: Segurança Pública, Saúde e Trânsito liderarem os registros na amostragem. O que pode explicar esse resultado é o perfil editorial de cada telejornal e as faixas socioeconômicas da audiência que acompanham os telejornais, fator que determina no processo de escolha dos jornalistas na seleção das pautas e - mais importante- temáticas.

No CE1, por exemplo, foram registrados 28 conteúdos de Segurança pública (32,18%), Saúde (10; 11,49%), Economia (10; 11,49%), Tragédias (9; 10,34%), Infraestrutura (6; 6,90%), Trânsito (5; 5,75%), Cultura e Lazer (5; 5,75%), Direitos Humanos (4; 4,60%), Curiosidades (4; 4,60%), Educação (3; 3,45%) e Política (1; 1,15%). O CE1 investe majoritariamente em conteúdos de Segurança Pública por questões de concorrência no horário de exibição - já que emissoras concorrentes investem na mesma temática e há disputa por pontuações de audiência. Este fato pode ser observado na forma como as temáticas são organizadas na transmissão dos telejornais e também como outros elementos são abordados: o uso de imagens de câmeras de segurança e outras imagens captadas pela própria audiência que registram fatos não captados pelas equipes de reportagem. Nos dois telejornais, essas temáticas são mais identificadas em entradas ao vivo.

No Bom Dia, as mesmas temáticas que tiveram mais registros foram: Segurança Pública (24; 24,75%), Trânsito (18; 18,56%), Saúde (13; 13,40%), Economia (7; 7,22%), Infraestrutura (6; 6,19%), Política (5; 5,15%), Esporte (6; 6,19%), Direitos Humanos (4; 4,12%), Curiosidades (3; 3,09%), Mobilidade Urbana (2; 2,06%) e Educação (2; 2,06%). Acompanhamos as rotinas dos dois telejornais e percebemos que o perfil editorial influencia nos tipos de pautas aprovadas pelas equipes. O Bom Dia Ceará e o CE1 retratam matérias mais “populares” e investem em

temáticas que teoricamente retém atenção da classe C, que historicamente é o perfil socioeconômico que mais consome o conteúdo exibido na televisão linear, atrás da classe A e B, seguida das D e E (Braun, 2022).

No CE2, com outro perfil editorial, os números demonstraram um tipo de recorte de temáticas mais distinto, mas ainda com a mesma perspectiva demonstrada nos outros telejornais. As temáticas com maiores registros foram: Economia (15; 24,19%), Segurança Pública (14; 22,58%), Saúde (8; 12,90%), Política (5; 8,06%). Os menores registros do telejornal noturno foram: Esporte (3; 4,84%), Cultura e Lazer (3; 4,84%), Direitos Humanos (2; 3,23%), Trânsito (2; 3,23%), Meio Ambiente (2; 3,23%), Educação (1; 1,61%), Infraestrutura (1; 1,61%), Mobilidade Urbana (0; 0%).

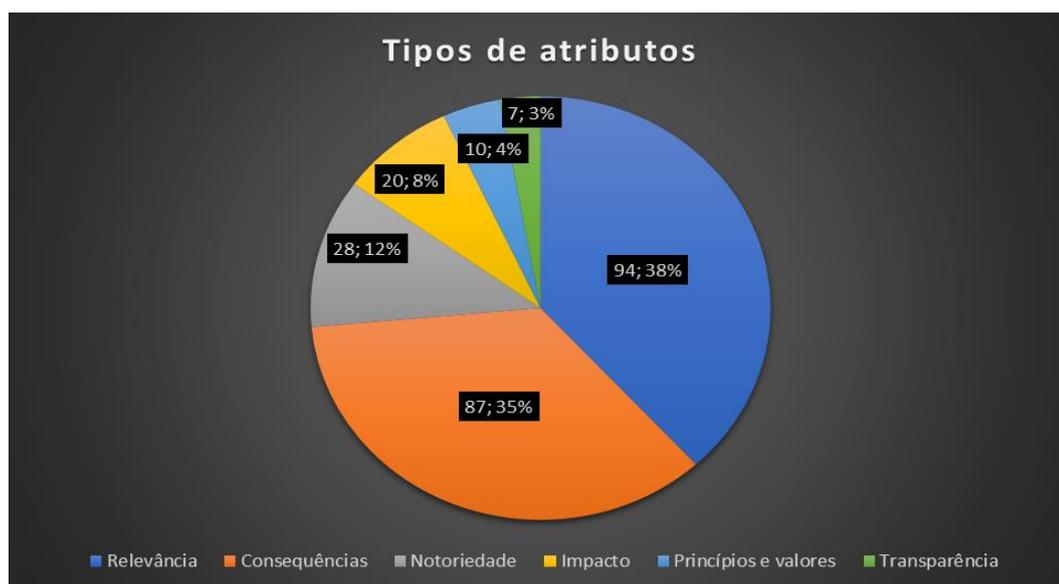
Voltando às 246 temáticas totais mapeadas nos telejornais, observamos o baixo registro de temáticas consideradas importantes no combate à desigualdade social e no fortalecimento das democracias atuais: um pouco mais de 2% de notícias mapeadas abordam Educação e 4,47% em torno de Política. Percebemos que essas temáticas são mais abordadas no CE2, telejornal que investe em reportagens gravadas e o com menor uso de entradas ao vivo. Em relação ao Bom Dia Ceará e no CE1, a temática de Política geralmente é abordada durante participações no estúdio com comentaristas políticos. Já na Educação, percebe-se a preferência dos telejornais por notícias que tratem de serviços gratuitos à população, avisos de matrículas para estudantes da rede pública.

Observamos, a partir dos dados apresentados e das análises dos índices, que há pouco equilíbrio de temáticas distribuídas nos telejornais, o que demonstra pouco teor de diversidade nos conteúdos. Isto pode ser explicado por fatores que vão além da preferência por temas, como questões comerciais e o alcance de métricas de audiência que determinam a prevalência de temáticas em comparação a outras nem tão rentáveis. Por exemplo, os telejornais Bom Dia Ceará e CE1 investem em conteúdos semelhantes aos programas de outras emissoras com estreita concorrência, como Segurança Pública, Trânsito, Saúde e Economia, o que influencia no processo de escolha do que vai ao ar.

No CE2, observa-se que a linha editorial é voltada para temáticas que se assemelham ao modelo apresentado pelo Jornal Nacional, principalmente por ser o “produto” exibido no horário nobre, em que o comportamento da audiência se mostra mais monopolizado para a Rede Globo, conforme observamos nas rotinas produtivas. Neste, percebemos mais harmonia de assuntos, já que as temáticas mapeadas registraram dados com mais estabilidade em comparação com os dois telejornais Bom Dia Ceará e CE1. No CE2,

Com base nisso, consideramos que os três telejornais têm perfis de públicos distintos, o que interfere na escolha dos tipos de temáticas mais abordadas. Os resultados apontam baixo teor de diversidade neste quesito, já que há mais dominância dos temas ligados à Segurança Pública, Saúde, Trânsito e Economia contra assuntos também relevantes nas áreas da Educação, Política, Direitos Humanos, Infraestrutura, Meio Ambiente e Mobilidade Urbana, estes últimos com baixos índices.

**Gráfico 9** - Total de atributos mapeados na amostra



Fonte: elaborado pela autora.

Para avaliar o nível de interesse público do Bom Dia Ceará, CE1 e CE2, utilizamos seis tipos de atributos citados por Nogueira (2017) que permeiam a noção do interesse público: transparência; princípios/valores; consequências; impacto; relevância; notoriedade (Nogueira, 2017, p. 113). A partir das leituras de sua pesquisa, elencamos cada elemento de forma decrescente a partir do maior grau de atribuição ao interesse público:

- Consequências: entendidas como fatos que afetam o cotidiano de um grupo ou comunidade e carrega a noção de utilidade pública;
- Transparência: a transparência de órgãos ou figuras que trabalham no sistema público;
- Impacto: notícias que têm repercussões nacionais;
- Relevância: trata dos efeitos que determinado acontecimento pode gerar ou as suas gravidades;
- Princípios e valores: princípios comumente enraizados ou reconhecidos pela sociedade;
- Notoriedade: é caracterizada pelo grau de importância dos agentes, como figuras públicas, artistas, celebridades;

Observamos que dos 246 conteúdos, 38% se configuram como atributos de Relevância, ou seja, que mencionam os efeitos que determinado fato pode gerar, com 94 notícias. A análise aponta que todos os elementos do telejornal inseridos nessa categoria trataram de pautas de cunho negativo, não necessariamente uma reclamação de um grupo, mas usando a possível gravidade de um fato para torná-lo noticioso. Com base nisso, entendemos que o telejornal além de noticiar mais ações tem ainda podem ser mudanças, como nas notícias de economia (aumento de energia, por exemplo).

Em seguida, temos as Consequências, somando um total de 87 assuntos, representando 35%. É o atributo com maior teor de interesse público, segundo as definições metodológicas deste trabalho (descrições estão no capítulo 5). Ao que se percebe, são temáticas mais locais, que afetam diretamente a população, coincidindo com a própria compreensão deste atributo. Na terceira posição temos a categoria Notoriedade, que ocupa mantém menor carga de atribuição ao interesse público, contabiliza 12%, com 28 notícias, representadas em maioria por temáticas de segurança pública e saúde, envolvendo agentes ou figuras políticas em casos de violência ou falecimento por doença.

Em seguida, o gráfico mostra o resultado das as categorias Impacto (20; 8%), Princípios e Valores (10; 4%) e Transparência (7; 3%). Na categoria impacto, com assuntos que podem ser de repercussão nacional, destacam-se pautas de saúde. Em princípios e valores, assuntos de segurança pública ou eventos religiosos, incluídos na classificação Cultura e Lazer. E por fim, o atributo do tipo Transparência registrou apenas 3% de todos os 246 conteúdos mapeados. O resultado se assemelha à baixa representatividade das pautas de Política nos telejornais (apenas 4,47%). Percebemos a baixa cobertura de eventos ligados à política cearense, com exceção de aparições de grandes figuras públicas da área ou de operações aos crimes de corrupção. Com isso, esse resultado pode ser entendido por vários fatores evidenciados a partir da observação em campo: questões comerciais de concorrência com telejornais que priorizam atributos mais vinculados ao perfil editorial, seguindo as normas da Globo, conforme descrito abaixo:

Os veículos do Grupo Globo devem ter estruturas para receber e processar as observações, positivas e negativas, vindas do público de uma maneira geral: os consumidores de suas informações, as fontes, os especialistas e os personagens de suas reportagens. Não se trata aqui de publicar ou deixar de publicar uma informação porque esta agrada a amplas camadas ou porque lhes desagradam: o dever de informar vem sempre em primeiro lugar. Conhecer a reação do público é fundamental porque contribui para a melhoria da qualidade da informação de muitas formas. Ajuda a conhecer possíveis erros, facilita o recebimento de novas informações sobre alguma cobertura e pode revelar o que é um fato em si mesmo: a própria reação do público. Essas estruturas devem ser capazes de discernir o que é manifestação espontânea e o que, em tempos de internet, é orquestração. Não há um modelo único: cada veículo deve encontrar aquele mais condizente com o seu perfil (Princípios [...], 2011).

As definições metodológicas deste trabalho consideram que os fatos classificados com os atributos do tipo Consequências têm maior carga de interesse público por trazerem notícias que afetam diretamente à população, porém este atributo não registrou maior dominância na amostragem, e sim os do tipo Relevância, que mostram os possíveis efeitos de algum acontecimento. Trazemos questões problemáticas quanto a esses resultados: a tendência dos telejornais em noticiar ações em movimento, anunciando algo que ainda têm pendências e indefinições, muitas vezes associado à esfera nacional, o que mostra a baixo estímulo em abordar outros tipos de conteúdos com maior carga de atribuição ao interesse público, como Consequências e Transparência, por exemplo.

As decisões editoriais das equipes, baseadas em limitações na disposição de recursos e em métricas de audiência, influenciam na disposição de equipes capazes de elaborar conteúdos que exigem mais tempo e produção, que contrariam a lógica da agilidade e instantaneidade proporcionada por atributos oferecem menos “esforço” na elaboração da notícia, e tornam-se adequados às necessidades das rotinas produtivas atuais da emissora. Isso se reflete ainda na presença do repórter em locais distantes das sedes das sucursais, o que torna mais viável mapear assuntos que exigem menos gastos, deslocamentos e tempo de edição, com exceção de conteúdos especiais como séries de reportagens.

Com base nisso, consideramos que o teor de atribuição ao interesse público revelou-se inverso à proposta metodológica desta pesquisa, indicando que os atributos vinculados às notícias que não “exigem” a presença do repórter ou ao baixo estímulo ao debate da participação cidadã têm maior dominância nos conteúdos, o que compromete a qualidade telejornalística.

**Gráfico 10** - Conteúdos com teor de vigilância mapeados na amostra



Fonte: elaborado pela autora.

Esta categoria também se concentra em avaliar o nível de interesse público, mas sob uma nova atribuição: a de agente fiscalizador, uma das reflexões trazidas por Sartor (2018). Durante as análises dos conteúdos, percebemos que os apresentadores reforçam o compromisso em fiscalizar serviços públicos e deveres atribuídos aos órgãos ou figuras que atuam nesse meio, mas buscamos identificar se há algum manual ou norma que descreva a conduta dos jornalistas nas possíveis notícias com teor de denúncia. Na busca por registros, encontramos orientações manifestadas pela TV Globo repassadas aos veículos e afiliadas:

Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutem de credibilidade, seja pelo cargo que ocupam, seja pela história de vida, podem ser publicadas, sem investigação própria, mas, necessariamente, acompanhadas pela versão dos acusados, de preferência no mesmo dia, quando estes se dispuserem a falar. Denúncias feitas em entrevistas por pessoas sem credibilidade, como criminosos, por exemplo, mesmo se identificadas, devem ser exaustivamente investigadas, antes de serem publicadas (Princípios [...], 2011).

Durante as análises dos conteúdos, percebemos que os apresentadores reforçam o compromisso em fiscalizar serviços públicos e deveres atribuídos aos órgãos ou figuras que atuam nesse meio, através de jargões ou em frases de efeito em chamadas ou na condução das notícias. Contudo, os dados coletados mostram que dos 246 conteúdos analisados, apenas 19 têm teor de vigilância, ou seja, 8%. Essas pautas estão incluídas nas temáticas de Segurança pública (7), Saúde (3), Direitos humanos (3), Infraestrutura (3), Política (1), Economia (1) e Trânsito (1). Na maioria, os personagens e moradores são pontos-centrais da narrativa, com entrevistas *in loco* e com o conteúdo com tempo mais estendido, geralmente em torno de 3 a 4 minutos. Desses, o único em que não houve entrevistas com fontes envolvidas no problema foi a temática direitos humanos, em que o enunciador e o repórter reforçaram que existia a dificuldade em emissão da identidade, sem nenhuma queixa registrada, apenas mostrando a solução: como é feita a solicitação do documento e o que tem sido feito para reduzir a fila de espera. O telejornal que apresentou maior teor de denúncia foi o CE1, com 10 notícias dessa natureza. Em seguida temos o Bom Dia Ceará, com 6, e o CE2, com 3.

Este resultado reflete no distanciamento físico das equipes de reportagens nas coberturas dos fatos locais. Há predominância de conteúdos colaborativos captados pela audiência e o pouco interesse em fortalecer a proximidade dos jornalistas com as fontes que presenciam realidades que podem ser “denunciadas” pelo espaço oferecido na televisão. Isso limita a possibilidade em realizar conteúdos com teor de vigilância, mesmo que os jargões dos apresentadores reforcem essa premissa, que mostrou-se equivocada a partir dos dados levantados neste quesito. Então, consideramos que o teor de vigilância, vinculado à dimensão

de interesse público, obteve baixa representatividade, indicando pouca atuação dos jornalistas em oferecer espaços de debates e cobranças junto à população.

É importante observar que alguns conteúdos foram classificados como categoria denúncia, mas não identificamos entrevistas com a população para evidenciar o problema central, como no caso acima. Levamos em consideração os títulos, juntamente com a enunciação do apresentador e do repórter, que confirmavam a “natureza” do conteúdo. Os 227 representam 92% de pautas que não têm natureza de denúncia, sem nenhum indício, apelo, linguagem verbal e visual que caracteriza essa classificação nesta pesquisa. Todas essas descrições estão detalhadas no capítulo 5 deste trabalho.

**Gráfico 11 - Total de fatos mapeados na amostra**



Fonte: elaborado pela autora.

Na segunda etapa de verificação do teor de interesse público, analisamos e interpretamos os tipos de fatos pautados no CE1. Para tanto, utilizamos a ordem de classificação utilizada por Nogueira (2017). Abaixo descrevemos os tipos de fatos:

- Resultados (maior carga): registros de um processo ou ação que geralmente serve como uma referência histórica dependendo do contexto;
- Explosões (menor que resultados e maior que deslocamentos): fatos inesperados que tendem para a tragédia ou violência;
- Deslocamentos (menor que explosões e maior que aparições): movimentos de uma ação ou processo que pode ou não trazer repercussões mais amplas na sociedade;
- Aparições (menor carga de interesse público): declarações curiosas ou polêmicas de figuras públicas ou conhecidas pela sociedade;

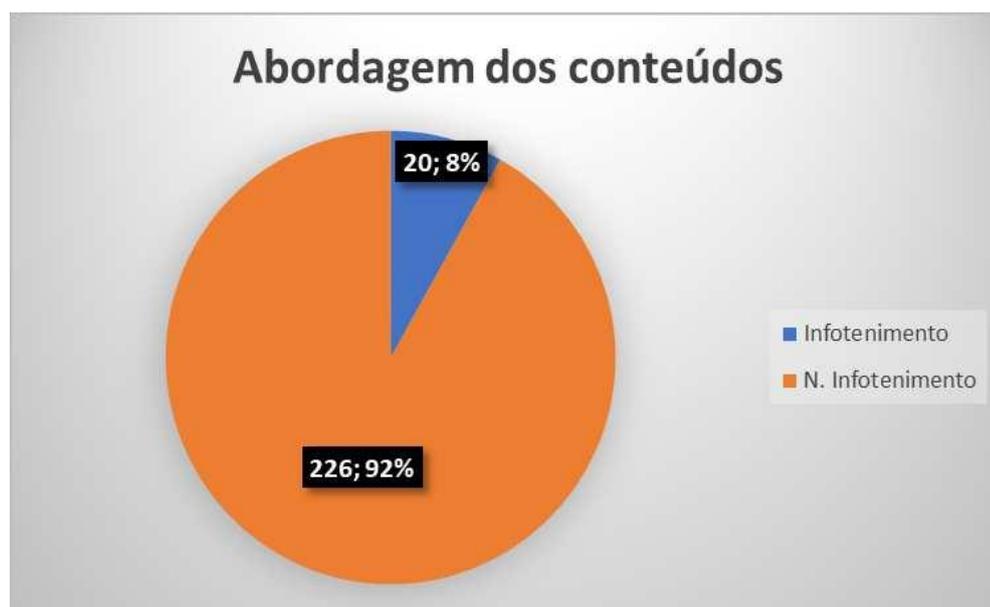
O levantamento revela que 43% dos conteúdos são fatos do tipo Resultados, presentes em 105 notícias. Na análise, observamos que são assuntos com teor de resolução final de decisões ou os últimos movimentos de determinado acontecimento. Esta categoria possui o maior nível de teor de interesse público descrito por Nogueira (2017). Realizamos o cruzamento de dados dos tipos de fontes e o âmbito da cobertura da realidade para entender em quais contextos fatos estão associados no contexto do telejornalismo. Nos Resultados, identificamos que os assuntos que mais carregam esse tipo de fato são Segurança Pública (37), Saúde (22), Trânsito (12) e Economia (9), contra Tragédia (6), Política (5), Direitos Humanos (5), Cultura e Lazer (4), Curiosidades (4), Infraestrutura (2), Educação (2), Esporte (2), Meio Ambiente (2) e Mobilidade Urbana (1). Além disso, os fatos do tipo Resultados têm maior abrangência nas notícias com cobertura Local (44), estadual (43), Local e Regional (9), Local e Estadual (7) e apenas do tipo Regional (2). As temáticas Segurança Pública, Saúde, Trânsito e Economia mantiveram registros em quase todos os quatro tipos de fatos, com exceção da categoria Aparições. Percebemos que os fatos do tipo Resultados tiveram maior registros por questões que vão além da natureza classificação: as métricas de audiência direcionam os conteúdos que possivelmente geram maior engajamento com a audiência, influenciando no tipo de caráter das notícias pautadas, como por exemplo o destaque para assuntos na área de Segurança Pública. Lembrando que as medições de audiência não são avaliadas no trabalho, mas atravessam os indicadores vinculados às dimensões de qualidade, e por isso são lembrados.

Em seguida, os assuntos com perfil de Deslocamentos ficaram em segundo lugar na amostragem, representando 39%, com um total de 97 conteúdos. Esta categoria, segundo Nogueira (2017) tem teor de interesse público inferior aos do tipo Resultados e também Explosões. Isso pode ser observado ainda nos tipos de notícias destacadas, como projetos de lei ainda não votados, possíveis reajustes no preço de combustíveis, por exemplo. Tal prática revela a enunciação de notícias que podem ou não acontecer e, ainda, que trazem nenhum efeito ou impacto direto à sociedade, mantidas na perspectiva da especulação ou da polêmica. Estes tipos de fatos foram identificados nas seguintes temáticas: Segurança pública (18), seguidos de Economia (22), Saúde (14), Infraestrutura (10), Direitos Humanos (6), Esporte (6), Cultura e Lazer (5), Educação (3), Trânsito (3) e Tragédia (2). Em relação à área de cobertura, as notícias com este tipo de teor são prevalentes nos assuntos com abrangência Estadual, com 49 notícias, e 33 do tipo Locais; (8) Local e Regional e (7) Local e Estadual. A partir dessa relação, percebemos que as notícias de abrangência nacional têm peso no que diz respeito ao recorte local, uma prática comum em televisões locais e regionais, conforme discutimos no referencial teórico deste trabalho. Os telejornais “resgatam” essas notícias, destacando opiniões e

ponderações de fontes oficiais, especialistas e pessoas comuns para trazer a informação e o debate sobre o assunto em discussão. Isto revela a mesmo apontado indicado em relação aos tipos de atributos: notícias que não “exigem” a presença do repórter no trabalho em campo têm pouco aprofundamento e inovação de novos olhares, formatos e abordagens, o que compromete a qualidade telejornalística.

Embora a categoria Explosões possua o 2º maior teor de interesse público, o levantamento analisado mostra que este tipo de fato ficou na terceira colocação entre as notícias mapeadas neste trabalho, atrás de Resultados e Deslocamentos. Logo, 15 % dos conteúdos estão caracterizados por este tipo explosivo, somando 36 notícias. Nesta classificação, a maioria dos assuntos estão presentes nas temáticas de Trânsito (11), Tragédias (10), Segurança Pública (8), Meio Ambiente (2), Curiosidades (1), Política (1) e Infraestrutura (1). Com base nestas temáticas e no caráter explosivo deste tipo de fato, percebe-se o uso constante de discursos e comentários narrados por apresentadores que remetem aos sentimentos de revolta, solidariedade, luto e insegurança associados às notícias. Isso também parece denotar a ideia de que há mais engajamento com o público, já que há estímulos sentimentais associados à natureza da notícia. Se por um lado, este tipo de fato carrega uma boa carga de interesse público, por outro revela a dramatização dos fatos sob justificativas pouco louváveis, intrínsecas aos interesses conflitantes com a qualidade telejornalística.

E por fim, os fatos classificados como Aparições, estas com a menor carga de interesse público, têm apenas 3% de registros, com 8 assuntos. As temáticas abordadas foram: Curiosidades (3), Saúde (1), Trânsito (1), Economia (1) e Cultura e Lazer (1). Percebemos que há pouco interesse em destacar declarações ou falas de figuras públicas ou celebridades, com exceção nos casos em que determinados posicionamentos geram discussão ou impactos diretos à sociedade, como anúncios de programas culturais, mudanças no trânsito, entre outros. Este tipo de teor de prevalência total em notícias de abrangência Local (8). Consideramos que o baixo registro deste fato indica que os telejornais priorizam fontes que trazem maiores contribuições na construção narrativa da notícia, principalmente porque as fontes primárias são a maioria, com destaque para as Oficiais e Testemunhais, indicando que há um filtro seletivo de fontes buscadas para depoimentos e declarações.

**Gráfico 12** - Conteúdos com teor de infotemenimento mapeadas na amostra

Fonte: elaborado pela autora.

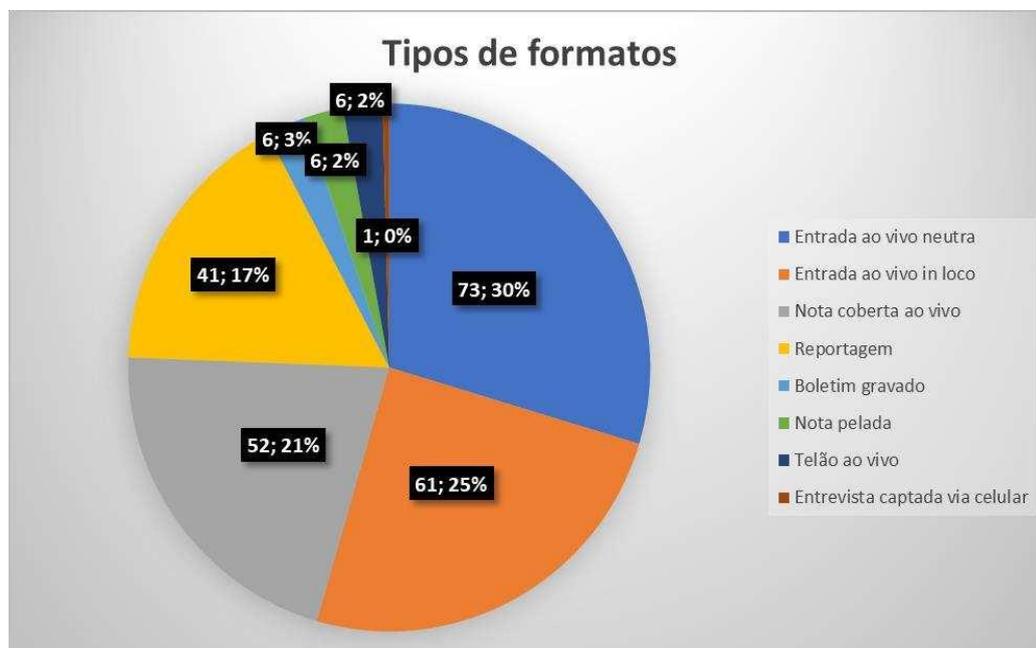
Nesta categoria, buscamos identificar se há conteúdos que possuem o teor de infotemenimento, ou seja, trazem informação mas com natureza voltada para o entretenimento ou humor. Para tanto, julgamos se cada conteúdo tem ou não infotemenimento, a partir da classificação de apenas 0 ou 100%. Utilizamos essas duas classificações para facilitar o mapeamento dos dados na análise realizada no início da enunciação do fato até a finalização do repórter ou apresentador. O levantamento inicial mostrou que dos 246 conteúdos analisados, apenas 8% registraram teor de infotemenimento seguindo definições metodológicas desta pesquisa, resultando em 20 notícias. Em contrapartida, 87% dos conteúdos analisados não carregam o teor de infotemenimento, com 76 fatos.

Com isso, percebemos que a informalidade dos discursos não significa que as posturas são voltadas exclusivamente para o humor, principalmente quando a gravidade das notícias não permite tais comportamentos. Contudo, relacionamos os resultados mapeados com os tipos de temáticas para avaliar como este tipo de abordagem é manifestada. Do total, as temáticas são: Cultura e lazer (7), Economia (3), Curiosidades (3), Segurança pública (2), Meio ambiente (1) e Direitos humanos (1). Percebemos que os conteúdos mais “leves” oferecem maior flexibilidade dos repórteres quanto à abordagem dos conteúdos. Por exemplo, nas notícias de eventos culturais, curiosidades locais, dicas de economia e até reforço na segurança de shows e festivais de música.

A hipótese de que os telejornais usam este tipo de abordagem para reter a atenção do público foi refutada, considerando o baixo registro de conteúdos com o teor voltado para o

infotainment. Mesmo assim, consideramos que os repórteres e apresentadores têm utilizado discursos mais informais como uma estratégia de aproximação com o público.

**Gráfico 13 - Tipos de formatos**



Fonte: elaborado pela autora.

Os resultados mostram que a maioria dos conteúdos dos três telejornais têm prevalência de entradas ao vivo com “fundo neutro”, ou seja, sem a presencialidade ou o deslocamento das equipes nos locais dos acontecimentos. Este tipo de formato foi identificado em 73 notícias, o que representa 30% do total de 246 elementos mapeados na amostragem. Entendemos que a presença do repórter reforça a veracidade e riqueza de detalhes na apuração de informações, além do laço de estreitamento com as fontes, sejam elas de qualquer perfil (oficiais, testemunhais, empresariais, especializadas, referência, institucionais ou individuais).

Em seguida, temos as entradas ao vivo in loco (caracterizadas pela presença do repórter nos locais dos acontecimentos) mapeadas em 61 conteúdos, com percentual de 25%. Já as notas cobertas equivalem a 21% dos conteúdos, com um total de 52. Posteriormente, identificamos as reportagens gravadas, identificadas em 41 notícias, com 17%. Já as notas peladas, caracterizadas pela ausência de imagens e entrevistas, foram registradas em 6 fatos, com 2%. Logo após, temos os telões ao vivo no estúdio, com 6 conteúdos, também com percentual de 2%. Identificamos um tipo de formato tendência nos últimos anos, principalmente após a pandemia: as entrevistas gravadas em plataformas de videoconferência ou até mesmo via celular por aplicativos de mensagem. Identificamos este formato em apenas 1 conteúdo na

amostragem probabilística, mas pontuamos que este formato pode ser observado em outras edições não incluídas neste estudo.

Ao acompanhar as rotinas dos três telejornais, percebemos que cada repórter tem a responsabilidade de elaborar conteúdos para pelo menos dois telejornais em um dia de expediente. No Bom Dia Ceará, os profissionais entram pelo menos três vezes ao vivo com assuntos distintos, o que demonstra o motivo das entradas ao vivo não terem ligação com o local onde o repórter está posicionado, já que existe o tempo restrito de deslocamento das equipes, e a impossibilidade de estar em três locais durante a exibição dos telejornais, considerando que as entradas ao vivo são a maioria. Neste telejornal, grande parte dos assuntos têm caráter “factual”, com imagens para ilustrar as entradas ao vivo. Em alguns casos, há pautas com marcações previamente pensadas e elaboradas pela equipe durante as reuniões, que acontecem após a exibição do telejornal. A equipe é composta por um editor-chefe, dois apresentadores e três editores. Ambos também exercem a produção de pautas até o fim da carga horária diária.

No CE1, as notícias têm prevalência em entradas com fundo neutro e notas cobertas ao vivo, com 22 e 27, respectivamente. A equipe, composta por uma editora-chefe, dois apresentadores e três produtores, se reúne antes e após o jornal para decidir os assuntos da edição do dia e também da seguinte. Alguns repórteres do Bom Dia Ceará são escalados para determinados assuntos do telejornal vespertino (CE1), enquanto outros realizam gravações marcadas para o CE2. Pelo menos três repórteres da capital são responsáveis por realizar conteúdos para o jornal exibido na hora do almoço. Conforme observamos, o tempo “atribuído” das manhãs impede a frequência de conteúdos que requerem muitas marcações ou aprimoramento na edição de texto, o que reflete na identificação de formatos como entradas ao vivo (neutras ou *in loco*) e boletins com entrevistas.

Em relação ao perfil de formatos do CE2, percebemos uma diferença nos tipos de formatos. Neste jornal, o uso de reportagens gravadas são mais frequentes, embora as equipes escaladas para trabalhar no período tarde/noite sejam reduzidas em comparação com os outros dois telejornais. Neste, dois repórteres são escalados para elaborar conteúdos, além de pelo menos outro profissional que aproveita as marcações e fontes do Bom Dia Ceará ou CE1, e elabora reportagens gravadas com assuntos factuais do dia para o CE2. Diferentemente dos dois jornais, a equipe do telejornal noturno se reúne no início das tardes para verificar as reportagens marcadas e decidir os assuntos dos próximos dias. O telejornal tem um menor registro de entradas ao vivo em comparação com o Bom Dia Ceará e o CE1, que investem em entradas ao vivo com fundo “neutro” e *in loco*.

No CE2, mapeamos apenas 15 registros de entradas com fundo neutro, 4 ao vivo com a presença *in loco* do repórter nos locais dos acontecimentos e 28 reportagens produzidas. Este resultado pode ser motivado por decisões editoriais da emissora em manter o padrão de reportagens gravadas, já que o telejornal é o que mais aborda conteúdos que requerem maior atenção quanto à edição de texto e de imagem, como assuntos de política e economia, conforme observamos nos fluxos de produção. A ideia é que o telejornal seja uma linha editorial semelhante ao Jornal Nacional, já que ambos têm grade de horário próximas na programação da TV Globo e têm a maior parcela de audiência, o tradicional “horário nobre”. O fato do telejornal ser exibido neste período do dia também influencia na cobertura de assuntos de segurança pública. Ao que parece, há um filtro rígido de assuntos que valem ser exibidos no telejornal, considerando critérios como cobertura estadual, por exemplo. Os assuntos que têm impacto direto em todo o Ceará frequentemente são abordados no terceiro telejornal local da emissora, diferentemente do Bom Dia Ceará e CE1, que costumam abordar assuntos mais locais e até com viés comunitário, conforme constatamos.

A partir disso, pontuamos que os dados não trouxeram diversidades de formatos, considerando que há expressiva diferença nos registros das entradas ao vivo (principalmente neutras e *in loco*) e das notas cobertas ao vivo, comparando com os outros formatos. Percebe-se que as entradas ao vivo são uma estratégia cada vez mais utilizada para reduzir investimentos no deslocamento das equipes, nas marcações de entrevistas e na edição de texto e de imagem. Por isso, esta prática evidencia a precariedade de recursos para oferecer novos formatos e inovações nas produções dos conteúdos. Refletindo nos formatos de ao vivo neutros, essa questão se torna ainda mais desafiadora, pois limita a proximidade do repórter junto às fontes, nas entrevistas direcionadas, nos questionamentos observados a partir do olhar analítico do jornalista, o que compromete ainda mais a representatividade da dimensão da diversidade e também da regionalidade.

Além disso, esquematizamos abaixo os formatos mais utilizados nos três telejornais com base nas temáticas:

**Tabela 5** - Tipos de temáticas e formatos mais utilizados

	Entrada neutra	Entrada in loco	Nota coberta ao vivo	Boletim	Reportagem	Telão	Entrevista por vídeo	Nota pelada
<b>Formatos</b>								
Seg. pública	21	13	17	2	8	1		4
Saúde	9	7	9		6			1
Trânsito	14	6	5		0			
Tragédia	5	4	6		3			
Curiosidades	2	0	2		3			
Meio Ambiente	0	1	2		1			
Cultura e lazer	2	7	0		1			
Educação	1	0	0	1	2	1		
Economia	7	9	2		9	3	1	
Infraestrutura	2	6	5	1				
Política	7	1	0	1	2			
Esporte		1	2	1	3	1	0	1
Mob. Urbana	1	1	0		0			0
Dir. Humanos	2	5	2		3		0	
	73	61	52	6	41	6	1	6

Fonte: elaborado pela autora.

O que se percebe é que o uso das entradas ao vivo neutras possibilita a cobertura de diversas temáticas de forma “ágil” e econômica, sem a necessidade de deslocamentos e gastos com viagens em áreas de coberturas mais distantes. As temáticas Segurança Pública, Saúde e Trânsito lideraram os resultados neste tipo de formato. Há ainda o fato do uso frequente de flagrantes oriundos de câmeras de segurança e da colaboração participativa da audiência no envio de imagens e informações usadas nos telejornais. Apesar dessa “permuta” trazer um fluxo grande de notícias à redação, isso distancia a relação de proximidade entre as fontes e os jornalistas, além de limitar o conteúdo do jornal à mera repetição de imagens em notícias sem aprofundamento e espaços de fala “reais”. Assim, também observamos que o uso excessivo deste tipo de formato desvaloriza a presencialidade do repórter e empobrece a qualidade dos conteúdos.

## 7 CONCLUSÕES E DISCUSSÕES

A natureza deste trabalho não se limita a reduzir a compreensão do que é qualidade telejornalística ou resumir a realidade total do objeto de estudo, no caso da TV Verdes Mares. A proposta desta pesquisa se direciona para a reflexão de indicadores capazes de ampliar o olhar sobre jornalismo audiovisual atual, principalmente voltado para a televisão. A partir de uma compreensão que contemple visões analíticas e subjetivas, entendemos que a cobertura noticiosa tem sofrido inúmeros desafios, entre eles dificuldade em inovar a produção de conteúdos que sejam plurais, dinâmicos e próximos da realidade do (s) público (s).

Dessa maneira, o objetivo deste trabalho se voltou para o seguinte problema de pesquisa: qual é o nível de qualidade dos conteúdos noticiosos dos telejornais da TV Verdes Mares? Na tentativa de responder este questionamento, nos baseamos em questões de pesquisa que sinalizaram os caminhos teóricos deste estudo: Quais são as dimensões de qualidade telejornalística para avaliar a produção de um telejornal? Como mensurar essas dimensões?

Com base nas reflexões trazidas por teóricos que discutem a qualidade e seus estreitamentos com o telejornalismo, relacionamos dois processos ligados ao telejornalismo da TV Verdes Mares com dimensões de qualidade: o processo de cobertura associado à regionalidade manifestada pelo âmbito da cobertura da realidade e a participação da audiência, bem como a gestão de conteúdo vinculado à diversidade de fontes, temáticas, formatos e nível de interesse público. Nesta pesquisa, entendemos que cada processo tem relação direta ou indireta com os indicadores de qualidade mapeados nas reflexões teóricas. A regionalidade traz a noção de identidade e pertencimento cultural, considerando aspectos políticos, econômicos e históricos e a gestão de conteúdo se torna outro processo relacionado ao telejornalismo, já que se concentra na seleção e tratamento dos assuntos por categorias temáticas, fontes e formatos com base no interesse público. A partir destas compreensões, elaboramos o Teste de Aplicabilidade de Indicadores da Qualidade Telejornalística (TAIQT), em que avaliamos as tipologias de fontes, teor de interesse público, tipos de temáticas, formatos e tipos de abordagens voltadas para o infotainment. Utilizamos a observação participante, enquanto pesquisadora e jornalista atuante na rotina dos telejornais, para analisar e observar como os indicadores são manifestados e até relacionados entre si.

No indicador da regionalidade, observamos que a maioria dos conteúdos exibidos são organizados na esfera local, contemplando principalmente a capital (Fortaleza) e as cidades de Sobral (Região Norte do estado) e Juazeiro do Norte (Região Sul), consideradas polos economicamente ativos no Ceará. A limitação geográfica na cobertura jornalística mostra-se

desequilibrada ante outras regiões mais distantes destas cidades, já que o estado tem cerca de 14 regiões mapeadas, segundo o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (Regiões, c2024). Embora as notícias com abrangência estadual tenham registrado resultados considerados expressivos, as notícias são transmitidas das cidades polos e há pouca presença de equipes de reportagens em cidades distantes das sucursais, o que revela a precariedade na disposição de recursos para ampliar a abrangência da cobertura e o distanciamento da relação entre jornalistas e fontes (sejam elas primárias ou secundárias).

Em relação ao nível de participação da audiência, outro sub-critério vinculado à regionalidade, constatamos que o volume de conteúdos com vídeos e informações captadas pela própria audiência foi expressivo. É o que aponta o mapeamento realizado sobre o nível de participação do público: o nível de participação 2º liderou os dados da amostragem, em que há uso de imagens e vídeos externos, sem a apuração do repórter nos locais dos acontecimentos. Neste, a maior parte do conteúdo é produzido por meio externo, sem a necessidade da presença do repórter, o que compromete a representatividade da dimensão de regionalidade, atrelada à qualidade.

Em relação à gestão de conteúdo, os resultados da amostragem revelam que os telejornais privilegiam fontes primárias na apuração e cobertura de fatos, independente da temática. Somado a isso, as fontes oficiais e testemunhais lideraram os tipos de fontes frequentemente consultadas. Identificamos que as fontes oficiais estão mais presentes no nível 2º de participação, conforme o levantamento. Já a qualificação das fontes foi mapeada como confiável na maioria das notícias, considerando o reconhecimento da fonte, sua referência e a riqueza de detalhes no depoimento ou declaração. Já as temáticas com maior número de registros foram: Segurança pública, Saúde, Trânsito e Economia. Além disso, observamos o baixo registro de temáticas consideradas importantes no combate à desigualdade social: um pouco mais de 2% de notícias mapeadas abordam Educação e 4,47% em torno de Política. Os dados levantados mostram que há desigualdade e polarização de temas como Segurança pública, Trânsito e Saúde na comparação com as demais.

Paralelo a isso, também realizamos uma categoria inserida no Teste de Aplicabilidade da Qualidade Telejornalística voltada para mensurar o teor de interesse público das notícias, considerando os atributos, teor de vigilância e os tipos de fatos. No primeiro, identificamos que a maioria das notícias têm caráter de Relevância, ou seja, que mencionam os possíveis efeitos que determinado fato pode gerar. Isto destaca a tendência dos telejornais em noticiar ações em movimento, o que mostra o baixo estímulo na disposição de equipes capazes de elaborar conteúdos que exigem mais tempo e produção, que contrariam a lógica da agilidade e

instantaneidade proporcionada por atributos oferecem menos “esforço” na elaboração da notícia, e tornam-se adequados às necessidades das rotinas produtivas atuais da emissora, o que reflete ainda na pouca presença do repórter na produção noticiosa em locais mais distantes das sucursais.

Mapeamos dados que preocupam quanto à cobertura de fatos relacionados à gestão pública e atuação dos agentes que trabalham na administração desses recursos. O atributo do tipo Transparência registrou apenas 3% de todos os 246 conteúdos mapeados. O resultado se assemelha à baixa representatividade das pautas de Política nos telejornais (apenas 4,47%). Identificamos esta baixa cobertura de assuntos desta temática por alguns motivos: a premissa de que tais tipos de conteúdos não geram atenção do público e também a preferência pela neutralidade em posicionamentos políticos e comerciais da emissora, com exceção de eleições e grandes movimentações no cenário da política: cassação de mandatos, operações contra corrupção, por exemplo.

Além disso, os conteúdos com fatos do tipo Resultados, com maior carga de interesse público, foram registrados na maioria das notícias, em seguida por Deslocamentos, que têm menor carga de interesse público do que os fatos do tipo Explosões. Com base nas notícias com caráter explosivo, percebe-se o uso constante de discursos e comentários narrados por apresentadores que remetem aos sentimentos de revolta, solidariedade, luto e insegurança associados às notícias. O uso deste tipo de fato pode ter duas motivações: reforçar a mensagem de que há empatia entre os jornalistas mesmo com assuntos dramáticos ou induzir a atenção do público com a suposta premissa de que tais conteúdos garantem bons índices de audiência. O sistema elaborado também se concentra em avaliar o nível de interesse público sob a perspectiva da vigilância das mídias na atuação dos poderes públicos. Contudo, durante as análises dos conteúdos, percebemos o baixo percentual deste teor: dos 246 conteúdos analisados, apenas 19 têm teor de vigilância, ou seja, 8%. O distanciamento da figura do repórter nos locais dos acontecimentos influenciou os baixos registros deste tipo de teor.

No início desta pesquisa, presumimos que o tempo prolongado das entradas ao vivo, juntamente com o uso de discursos informais e voltados para o entretenimento seriam uma estratégia utilizada com o intuito de reter a atenção da audiência, afetando a qualidade noticiosa. Contudo, esta hipótese foi refutada. O levantamento inicial mostrou que dos 246 conteúdos analisados, apenas 8% registraram teor de infotimento seguindo definições metodológicas desta pesquisa, resultando em 20 notícias. Não identificamos discursos voltados para o humor nas amostras selecionadas, mas podemos dizer que há mais flexibilidade do repórter em conteúdos mais “leves”.

A análise destacou a evidência de que os formatos usados no telejornalismo da TV Verdes Mares poderiam ser mais dinâmicos, mas o uso excessivo das entradas ao vivo com fundo neutro descaracterizam a presença do repórter e podem trazer riscos à profundidade dos conteúdos, revelando baixa diversidade de formatos. Esta prática pode ser uma ótima estratégia para reduzir gastos, mas empobrece a qualidade dos conteúdos nos aspectos relacionados à regionalidade e diversidade.

Dessa forma, o nível de qualidade dos conteúdos está qualificado como regular na cobertura da realidade e no nível de participação da audiência, com prevalência de notícias locais e participação de nível 2 das fontes (uso de imagens captadas por meios externos e sem a presença do repórter). Já os tipos de formatos, as temáticas e polaridade de fontes (com destaque para fontes oficiais e testemunhais) registraram baixo equilíbrio de diversidade, o que desqualifica o nível de qualidade neste indicador, mesmo que as fontes do tipo testemunhais estejam mais próximas da “realidade do fato”, isso não é o suficiente para relativizar os outros parâmetros presentes no indicador de diversidade. Em relação ao interesse público, percebemos o destaque para atributos e tipos de fatos que destacam os resultados de determinada ação ou os possíveis efeitos de algo em movimento. O primeiro tem alto teor de atribuição ao interesse público, já o segundo não carrega essa mesma nivelção, contudo ambos são motivados pela percepção de que geram maior engajamento com a audiência.

Assim, um aspecto desafiador neste trabalho foi incorporar a figura de pesquisadora e profissional atuante na rotina dos telejornais. Foi preciso, em determinados momentos, manter o distanciamento de opiniões pessoais para observar fenômenos intrínsecos à discussão e objetivo da pesquisa. Além disso, o objetivo do estudo também incluía o indicador da transparência (linha editorial e política de correção de possíveis erros) e as atribuições vinculadas à rotina de trabalho dos jornalistas da emissora, porém a trajetória desta pesquisa passou por complicações em relação à inviabilidade de realizar entrevistas com esses profissionais, então eliminamos esses indicadores do sistema, e nos concentramos nos aspectos pós-exibição dos conteúdos noticiosos, e não no contexto interno associado às rotinas produtivas dos três telejornais: Bom Dia Ceará, CE1 e CE2. Então, reconhecemos que a falta de análise desses indicadores é uma lacuna que pode ser objeto de estudo em pesquisas futuras. Dessa maneira, compreendemos que essa pesquisa evidencia outros possíveis desdobramentos: como a polivalência atribuída à figura do jornalista traz possíveis repercussões na qualidade dos conteúdos; como é mantido o fluxo de parceria e colaboração de conteúdos entre as afiliadas Globo e como são empregadas as políticas editoriais do grupo nas emissoras locais para garantir a qualidade dos conteúdos e, por fim, entendemos que o infotimento, apesar de pouco

manifestado nos conteúdos analisados nesta pesquisa, tem se tornado cada vez mais presente nas coberturas jornalísticas da TV Globo, principalmente quando se prioriza investimentos em anúncios - o que mostra a necessidade de analisar como essas reestruturações têm impactado na atividade do jornalista e, ainda, nas conduções das notícias. Um exemplo que evidencia esse novo “marco” foi a cobertura de Carnaval de 2024, em que jornalistas saíram das arquibancadas e do próprio sambódromo, substituídos por atores e influenciadores. A audiência mostrou-se resistente à ideia e manifestou críticas quanto ao baixo repertório cultural na narração das informações e nas temáticas históricas e culturais presentes nos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro. “A TV Globo amargou a pior audiência da história da transmissão oficial, beirando os oito pontos” (Moratelli, 2024).

Compreendemos que os telejornais têm adotado novas práticas nas rotinas produtivas a partir da inserção nas redes sociais e a participação da audiência nas sugestões e indicações de conteúdos. Esta tendência tem repercutido em partes antes consideradas essenciais no exercício da atividade do jornalista: usar todos os recursos disponíveis para apurar todos os lados de uma história, priorizar a presença nos locais dos acontecimentos e trazer diversidade nos conteúdos para gerar debates e conhecimento do mundo à população de forma acessível. Contudo, observamos que as práticas estão sendo substituídas por formatos e espaços de pluralidade mais condizentes com as necessidades das empresas de comunicação (privilegiam a agilidade e a otimização de recursos para garantir maior quantidade de conteúdos, não qualidade), fatores que podem comprometer a natureza dos conteúdos televisivos. Esta preocupação merece ser incluída em outros debates e reflexões sobre como fazer notícias de qualidade na televisão aberta.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, José Gabriel de. Do jornalismo ao entretenimento que futuro: o debate de uma proposta teórico-prática. **Leopoldianum**: revista de estudos e comunicações da Universidade Católica de Santos, [s. l.], v. 46, n. 129, p. 83-91, 30 set. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.58422/releo2020.e1006>. Acesso em: 12 set. 2021.
- ANDRES, Fernanda Sagrilo; SOUZA, Gabriel. A televisão na era do transbordamento das mídias. **Comunicação midiática**, Bauru, v. 14, n. 1, p. 53-68, 2019. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/441>. Acesso em: 10 fev. 2024.
- ARAÚJO, Bruno; MARTINS, Anne Soares; CARVALHO, Anny Gabrielly Martins; ÁVILA, Layse Karolline de Oliveira; ARIAS, Victor Amaral. O Brasil que o Jornal Nacional quer: dinâmicas de agendamento do público no quadro “O Brasil que eu quero”. **Mediapolis**: revista de comunicação, jornalismo e espaço público, Coimbra, v. 10, p. 83-95, 2020. Disponível em: [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_10\\_6](https://doi.org/10.14195/2183-6019_10_6). Acesso em: 24 jan. 2023.
- ARAÚJO, Mateus Bezerra; SILVA, Laerte José Cerqueira da. Reestruturação das rotinas no telejornalismo a partir da pandemia de Covid-19: uma análise da TV Paraíba - Afiliada da Rede Globo em Campina Grande/PB. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL MEDIA ECOLOGY AND IMAGE STUDIES - REFLEXÕES SOBRE O ECOSSISTEMA MIDIÁTICO PÓS PANDEMIA, 4., 2021, [s. l.]. **Anais [...]**. [S. l.]: Ria Editorial, 2021. p. 1-14. Disponível em: <http://ocs.reno.com.br/index.php/cmei/4cime/paper/view/1254>. Acesso em: 1 set. 2023.
- AZEREDO, Maria Imaculada Pereira. **Prosódia e telejornalismo**: um estudo prosódico sobre o “padrão Globo de qualidade”. 2019. 171 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2019. Disponível em: <https://repositorio.cepelin.org/index.php/repositorioppglintesesdissertaco/article/view/177/155>. Acesso em: 01 fev. 2024.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BASTOS, Josie do Amaral; LIMA, Valéria Ferreira Santos de Almada. Novos espaços representação social e recepção na arena midiática televisiva. **Cambiassu**, São Luís, v. 16, n. 19, p. 135-150, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://cajapio.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/18946/10272>. Acesso em: 01 fev. 2024.
- BATISTA, Christyann Lima Campos; FIGUEIREDO, Marcos Arruda Valente de. O local no nacional: um debate sobre os sotaques no telejornalismo de rede no Brasil. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Intercom, 2009. p. 1-10. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0260-1.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2022.
- BAUMAN, Zygmunt. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 328 p.

BECKER, Beatriz. Como, onde, quando e porque fala a audiência nos telejornais. **Estudo em Comunicação**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 161-196, abr. 2007. Disponível em: <https://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/becker-beatriz-audiencia-telejornais.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2024.

BECKER, Valdecir; GAMBARO, Daniel; SOUZA FILHO, Guido Lemos. O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento. **Palavra Clave**, Chía, v. 18, n. 2, p. 341-373, abr./jun. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.2.3>. Acesso em: 1 fev. 2024.

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes. Quando a informação (con)funde-se com o entretenimento: a hibridização de gênero no telejornal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p. 1-11. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2648-1.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2024.

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes; BÁRBARA, Frida; ALENCAR, Quezia. Entretenimento com a informação no telejornalismo local: um estudo de caso sobre o JMTV 1ª edição. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 9, n. 24, p. 61-79, jun. 2019. Disponível em: <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/317/229>. Acesso em: 9 fev. 2024.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho; FEITOSA, Sara Alves. A narrativa transmidiática como estratégia da indústria criativa: múltiplas apreensões dos objetos culturais em distintas plataformas e o caso da RBS TV. In: GUINDANI, Joel Felipe; SILVA, Marcela Guimarães (org.). **Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias**. Jaguarão, RS: CLAEC, 2018. p. 191-205. Disponível em: <https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgic/files/2018/09/aqui.pdf>. Acesso em: 1 jan. 2024.

BEZERRA, Rose Malu Carvalho de Sousa. **A “Nova TV Brasil” é pública?: uma análise de conteúdo da programação jornalística da emissora da EBC**. 2019, 80 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) — Departamento de Jornalismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26270>. Acesso em: 10 fev. 2024.

BIDARRA, José; SEVERO, Luis Fernando. A espacialidade da tela vertical nas narrativas digitais contemporâneas e as reconfigurações do *aspect ratio* no audiovisual. **Triade: Comunicação, cultura e mídia**, Sorocaba, v. 8, n. 9, p. 177-191, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/4136/3861>. Acesso em: 6 jun. 2023.

BOAVENTURA, Luís. Formatos clássicos de notícias utilizados nos telejornais do Brasil: o que dizem os manuais e o que mostra a prática do Jornal da Globo. In: SOUSA, Jorge Pedro (org.). **Jornalismo e Estudos Mediáticos: memória III**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2020. p. 57-69. Disponível em: [https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8878/1/Ebook\\_jornalismo%20e%20estudos%20medi%C3%A1ticos\\_mem%C3%B3ria%20III.pdf#page=57](https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8878/1/Ebook_jornalismo%20e%20estudos%20medi%C3%A1ticos_mem%C3%B3ria%20III.pdf#page=57). Acesso em: 31 jan. 2024.

BODART, Cristiano das Neves. O que é regionalismo. **Blog Café com Sociologia**, Maceió, 8 ago. 2020. Disponível em: <https://cafecomsociologia.com/conceito-de-regionalismo>. Acesso em: 6 jun. 2023.

BRAUN, Daniela. Brasileiro dedica mais tempo a canais de TV. **Valor econômico**, São Paulo, 20 maio 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/05/20/brasileiro-dedica-mais-tempo-a-canais-de-tv.ghtml>. Acesso em: 8 fev. 2024.

CALDAS, Carlos Henrique Sabino; CARMO, Monielly Barbosa do. Estratégias multiplataformas na comunicação televisual: estudo de caso dos telejornais da rede Globo. **Geminis**, São Carlos, v. 1, n. 11, p. 65-87, 2020. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/484>. Acesso em: 1 fev. 2024.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidades e distâncias: linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade do jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: Labcom, 2012. p. 35-47. Disponível em: [https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora\\_ebook.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20121224-agora_ebook.pdf). Acesso em: 8 jan. 2024.

CAMPOS, Juliana Loureiro Almeida; SILVA, Taline Cristina; ALBUQUERQUE, Ulysses Paulino de. Observação participante e diário de campo: quando utilizar e como usar?. In: ALBUQUERQUE, Ulysses Paulino de; CUNHA, Luiz Vital Fernandes Cruz da; LUCENA, Reinaldo Farias Paiva de; ALVES, Rômulo Romeu da Nóbrega (ed.). **Métodos de pesquisa qualitativa para etnobiologia**. Recife: Nupeea, 2021. p. 95-112. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/351334960\\_Metodos\\_de\\_pesquisa\\_qualitativa\\_para\\_etnobiologia](https://www.researchgate.net/publication/351334960_Metodos_de_pesquisa_qualitativa_para_etnobiologia). Acesso em: 9 fev. 2024.

CARVALHO, Gilmar de. **A televisão no Ceará: 1959/1966**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2010. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/47532>. Acesso em: 10 fev. 2024.

CHION, Michel. **La audiovisión: introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido**. Barcelona: Paidós comunicación, 1993. Disponível em: <https://recursos.ort.edu.ar/static/archivos/docum/540816/95570.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2024.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e organização espacial**. 7. ed. São Paulo: Ática, 2003.

COSTA, Ismia Kariny Correia da Silva. **A percepção da ‘presencialidade’ como dimensão de qualidade na produção jornalística**. 2021. 123 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) — Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/65620>. Acesso em: 5 jan. 2024.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva; MATA, Jhonatan Alves Pereira. Telejornalismo a serviço do público: a voz do povo em cena. **Famecos**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 65-73, jan./abr. 2010. Disponível em: <https://abre.ai/iRRs>. Acesso em: 10 fev. 2024.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva; MATA, Jhonatan Alves Pereira; PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria. Democracia e qualidade no jornalismo audiovisual: diálogos tv-internet e o quinto poder. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 20-31, 18 jun. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2020v17n1p20>. Acesso em: 1 set. 2021.

DEJAVITE, Fabia Angélica. A notícia Light e o jornalismo de infotainment. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais** [...]. Santos: Intercom, 2007. p. 1-15. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2024.

DORNELLES, Beatriz. Características do jornalismo impresso local e suas interfaces com jornais comunitários. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 159-173, 2008. Disponível em: [http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu\\_n16\\_Dornelles.pdf](http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu_n16_Dornelles.pdf). Acesso em: 8 fev. 2024.

EBC. EBC cria canal direto para diálogo entre presidente e empregados. **Empresa Brasil de Comunicação**, Brasília, DF, 17 maio 2023. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/sala-de-imprensa/noticias/2023/05/ebc-cria-canal-direto-para-dialogo-entre-presidente-e-empregados>. Acesso em: 25 jun. 2023.

EMERIM, Cárlica; BRASIL, Antonio. Telejornalismo e audiência: questões de pesquisa. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 12., 2014, Santa Cruz do Sul. **Anais** [...]. Santa Cruz do Sul: SBPJor, 2014. p. 1-16.

FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. **Symposium**, Recife, ano 5, n. 1, p. 14-26, 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF>. Acesso em: 9 fev. 2024.

FÉLIX, Victor. Diário do Nordeste anuncia fim de sua versão impressa. **Portal dos Jornalistas**, [s. l.], 19 fev. 2021. Disponível em: <https://www.portaldosjornalistas.com.br/diario-do-nordeste-anuncia-fim-de-sua-versao-imprensa/>. Acesso em: 29 jun. 2023.

FERRER CERESOLA, Rosa Maria. 2016. 492 f. Tese (Doutorado em comunicação e jornalismo) – Departament de Periodisme i Ciències de La Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2016. Disponível em: <https://www.tdx.cat/handle/10803/399452#page=1>. Acesso em: 1 set. 2021.

FERRO, Raphaela Xavier de Oliveira. **Qualidade e interesse público no Jornalismo regional**: análise semiodiscursiva da interface impresso e on-line do jornal O Popular. 2018. 174 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/8532>. Acesso em: 8 fev. 2024.

G1. Lula destitui comando da EBC, e representante dos empregados será presidente interina. **G1**, Brasília, 15 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/01/15/lula-destitui-comando-da-ebc-e-representante-dos-empregados-sera-presidente-interina.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2024.

G1 CE. João Inácio Júnior apresentou telejornal na TV Verdes Mares durante 22 anos. **G1 Ceará**, Fortaleza, 9 fev. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/tv-verdes-mares-50-anos/noticia/2020/02/09/joao-inacio-junior-apresentou-telejornal-na-tv-verdes-mares-durante-22-anos.ghtml>. Acesso em: 9 fev. 2024.

GALLEGO, Francisco. Social TV Analytics: nuevas métricas para una nueva forma de ver televisión. **Index comunicación**, Madrid, n. 3, p. 13-39, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4149293>. Acesso em: 5 maio 2023.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto. La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. **Signo y pensamiento**, Bogotá, v. 28, n. 54, p. 102-113, 2009. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86011409007.pdf>. Acesso em: 10 maio 2023.

GODINHO, Afonso Miguel da Costa Marques Duarte. **A influência das métricas e dados de consumo na produção de conteúdos jornalísticos**. 2022. 213 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) — Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.14/40096>. Acesso em: 10 fev. 2024.

GOMES, Itania Maria Mota. O infotainment e a cultura televisiva, [S. l.]. 2009. p. 195-221. Disponível em: <http://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-05.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2024. (CONFERIR)

GOMES, Itania Maria Mota. Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise, **E-Compós**, Brasília, DF, v. 6, p. 1-22, ago. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.80>. Acesso em: 10 fev. 2024.

GOMEZ-DOMINGUEZ, Pablo; AGUILAR PAREDES, Carlos; VILLANUEVA BASELGA, Sergio; SÁNCHEZ GÓMEZ, Lydia. Calidad informativa: un estudio comparativo de los servicios informativos de las televisiones autonómicas públicas y privadas en España. **Cuadernos.info**, Santiago, n. 38, p. 165-181, jun. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.38.741>. Acesso em: 28 jul. 2022.

GOMIS, Lorenzo. Do importante ao interessante: ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. **Pauta Geral**, Salvador, ano 9, n. 4, p. 225-258, 2002.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

GRUPO RBS anuncia projeto de expansão para interior do Estado. Grupo RBS, Porto Alegre, 13 dez. 2022. Disponível em: <https://www.gruporbs.com.br/noticia/9229/grupo-rbs-anuncia-projeto-de-expansao-para-interior-do-estado>. Acesso em: 29 jun. 2023.

GUERRA, Josenildo. **O percurso interpretativo na produção da notícia**, 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Comunicação Contemporânea, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

GUERRA, Josenildo. Qualijor: sistema de gestão da produção jornalística orientado para a qualidade editorial: pesquisa aplicada e de desenvolvimento experimental em jornalismo. **E-Compós**, Brasília, DF, v. 19, n. 3, set./dez. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1291>. Acesso em: 8 fev. 2024.

GUERRA, Josenildo. Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 54-74, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p54>. Acesso em: 2 set. 2021.

GUERRA, Josenildo. **Ranking Q-Avalia da qualidade jornalística**: Brasil-Portugal 2018: uma avaliação experimental. 2018. 149 f. Relatório final (Pós-doutorado) — Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2018. Disponível em: <https://abre.ai/iQQo>. Acesso em: 8 fev. 2024.

GUERRA, Josenildo. Sistema de gestão de qualidade aplicado ao jornalismo: possibilidades e diretrizes. **E-Compós**, Brasília, DF, v. 13, n. 3, set./dez. 2010. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/470>. Acesso em: 1 set. 2021.

HAESBAERT, Rogério. Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. **Antares: letras e humanidades**, n. 3, p. 2-24, jan./jun. 2010. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4553781/mod\\_resource/content/1/3.haesbaert.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4553781/mod_resource/content/1/3.haesbaert.pdf). Acesso em: 2 fev. 2024.

HOLZBACH, Ariane. Convergência na cultura musical: o videoclipe como sintoma da “revolução” analógica dos anos 80. **Contemporanea: comunicação e cultura**, Bahia, v. 12, n. 2, p. 340-359, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/9955/8816>. Acesso em: 9 maio 2023.

JARDIM, Enos. O fim do IBOPE e o futuro das pesquisas de opinião no Brasil. **Blog Opus consultoria e pesquisa**, Belo Horizonte, 25 jan. 2021. Disponível em: <https://www.opuspesquisa.com/blog/mercado/ibope/>. Acesso em: 2 maio 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JESUS, Rosane Martins de. **Audiência Constelacional**: uma análise processual da audiência de telejornais em fanpages no site Facebook. 2020. 312 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) — Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2020. Disponível em: <http://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9097>. Acesso em: 2 fev. 2024.

JUSTINO, Guilherme Jancowski de Avila. **Aproximações e afastamentos entre conglomerados de comunicações no Rio Grande do Sul**: estratégias empresariais do grupo RBS. 2020. 198 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/212455/001116575.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 28 jun. 2023.

KIELING, Alexandre Schirmer. **Televisão na convergência digital**: a disputa das telas pela interatividade e atenção do público. Curitiba: Appris, 2022. 209 p. *EBook*.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira; FERRARI, Fernanda do Amaral; BARCELOS, Helen Piegas. Presenças da cultura regional nos telejornais estaduais. **Publicatio UEPG**, Ponta

Grossa, v. 20, n. 1, p. 19-30, 2012. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/humanas/article/download/3644/3020>. Acesso em: 8 fev. 2024.

LOPES, Sonia Aguiar. Geografias da comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, ano 11, v. 1, n. 21, p. 31-47, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/contemporanea.2013.6960>. Acesso em: 2 fev. 2024.

LOPES, Sonia Aguiar. O conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3462-1.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2022.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2003.

MACHADO, Arlindo. Fim da televisão?. **Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 88-97, 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8799/6163>. Acesso em: 9 fev. 2024.

MAX McCombs: professor emeritus. Biography. School of Journalism and Media. The University of Texas at Austin, Austin, c2023. Disponível em: <https://moody.utexas.edu/faculty/max-mccombs>. Acesso em: 5 jun. 2023.

MCCOMBS, Maxwell. **Setting the agenda: the mass media and public opinion**. 2. ed. Malden: Polity Press, 2014. 203 p.

MENDES, Conrado Moreira. **O falar do Jornal Nacional: produção e recepção de um sotaque de natureza ideológica**. 2006. 104 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) — Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/mendes-conrado-o-falar-do-jornal-nacional.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2024.

MELO, Cristiane Larissa Fernandes. **Jornalismo móvel na rotina de trabalho dos repórteres da TV Paraíba**. 2020. 99 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) — Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: [https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/18754/1/CristianeLarissaFernandesMelo\\_Dissert.pdf](https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/18754/1/CristianeLarissaFernandesMelo_Dissert.pdf). Acesso em: 1 set. 2023.

MONZONCILLO, José María Álvarez (org.). **La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios**. Madrid: Ariel, 2011. 273 p. Disponível em: [https://mediaandentertainmentobservatory.files.wordpress.com/2012/04/la\\_televisi%C3%B3n\\_etiquetada.pdf](https://mediaandentertainmentobservatory.files.wordpress.com/2012/04/la_televisi%C3%B3n_etiquetada.pdf). Acesso em: 2 fev. 2024.

MORAES, Renato Ferreira de; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. Do show do eu ao (des)controle do microfone em tempos de pandemia: novas reflexões sobre estética e conteúdo do telejornalismo. *In*: SUING, Abel; FALANDES, Carolina; KNEIPP, Valquíria

(org.). **Cenas audiovisuais**. Aveiro: Ria Editorial, 2021. p. 102-122. Disponível em: <http://www.riaeditorial.com/index.php/cenas-audiovisuais/>. Acesso em: 2 fev. 2024.

MORATELLI, Valmir. Globo melhora transmissão nas Campeãs, mas ainda sofre com influencers. **Veja**, São Paulo, 18 fev. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/globo-melhora-transmissao-nas-campeas-mas-ainda-sofre-com-influencers>. Acesso em: 13 mar. 2024.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Por que Geografias, no plural, para a Comunicação?. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (org.). **Geografias da comunicação**: espaço de observação de mídia e de culturas. São Paulo: Intercom, 2012. p. 9-17. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/2170d7dcacee744fa95f3c2dae97dfff.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2024.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Porto Alegre: Editora Insulina, 2005. 120 p.

MOURÃO, Isaura; MAFRA, Rennan. Comunicação, contextos organizacionais e regionalidades: leituras possíveis sobre a pandemia da Covid-19. **Dispositiva**: revista interinstitucional dos programas de pós-graduação em Comunicação Social da PUC Minas e da UFMG, Belo Horizonte, v. 12, n. 21, p. 20-34, jan./jun. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2023v12n21p20-34>. Acesso em: 2 fev. 2024.

NOGUEIRA, Fabrício Lima. **Ibope**: TV digital interativa, Social TV e os novos métodos de aferição de audiência. 2016. 76 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) — Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/6256>. Acesso em: 4 maio 2023.

NOGUEIRA, Leidyane Viana. **Interesse público em mídias legislativas**: um estudo da produção noticiosa da Agência Câmara Notícias. 2017. 172 f. – Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/22858>. Acesso em: 7 set. 2023.

NOGUEIRA, Millena Vieira. **Novos mídias e a mudança das audiências da televisão**: a sobrevivência da telenovela na era multitela. 2020. 88 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias) — Faculdade de Letras, Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, Universidade do Porto, Porto, 2020. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/130716/2/432738.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2024.

NOLETO, Amanda Lais Pereira; CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco. Regionalização e redações convergentes: estratégias mercadológicas na produção de conteúdo. **Brazilian Journal of Development**, São José dos Pinhais, v. 6, n. 10, p. 83470–83482, out. 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/19110>. Acesso em: 10 maio 2023.

NOTA à imprensa. Empresa Brasil de Comunicação, Brasília, DF, 17 maio 2023. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/programacao/nota-a-imprensa>. Acesso em: 23 jun. 2023.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio da Silva. **Qualidade no telejornalismo**: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais. 2016. 227 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/2230>. Acesso em: 1 jul. 2021.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio Silva; COUTINHO, Iluska. A qualidade no telejornalismo sob a ótica normativa: as leis de radiodifusão e regulação midiática como indutoras de boas práticas no Brasil e em Portugal. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación, Sevilla, n. 15, p. 252-276, 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6324648>. Acesso em: 2 fev. 2024.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio da Silva. Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização. **Fronteiras**, São Leopoldo, v. 21, n. 2, p. 102-115, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2019.212.10>. Acesso em: 10 fev. 2024.

OLIVEIRA JÚNIOR, Antonio Alves de; SILVA, José Maurício Conrado Moreira da. As novas formas de consumo da cultura televisiva: um estudo sobre o reposicionamento da televisão na comunicação contemporânea. *In*: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 16.; MOSTRA DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA, 10., 2020, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2020. Disponível em: <http://eventoscopq.mackenzie.br/index.php/jornada/xvijornada/paper/view/2261>. Acesso em: 6 jul. 2021.

OTA, Daniela Cristiane; RODRIGUES FILHO, Lairtes Chaves. Geografias da comunicação na pesquisa Sul-Mato-Grossense: fronteiras, territórios e perspectivas. *In*: MOREIRA, Sonia Virginia; BALDESSAR, Maria José; OTA, Daniela Cristiane; BRANDALISE, Roberta (org.). **10 anos**: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom, 2019. p. 75-90. Disponível em: [http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/10\\_anos\\_geografia28082019.pdf](http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/10_anos_geografia28082019.pdf). Acesso em: 2 fev. 2024.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. Complexidade e pesquisa qualitativa: aproximações. **Série Acadêmica**, Campinas, n. 32, p. 39-48, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/serieacademica/article/view/5686/3465>. Acesso em: 26 jan. 2024.

PARCIANELLO, Orelia Augusto. **Estudo de demanda para o curso de bacharelado em estatística**: vestibular 2009 UFSM. 2008. 69 f. Monografia (Especialização em Estatística e Modelagem Quantitativa) — Programa de Pós-Graduação em Estatística e Modelagem Quantitativa, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/440>. Acesso em: 2 fev. 2024.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. Telejornalismo, audiência e ética. **Biblioteca online de ciências da comunicação**, [Covilhã], 2002. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>. Acesso em: 3 maio 2023.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Famecos**, Porto Alegre, v. 16, n. 40, p. 77-83, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321>. Acesso em: 8 fev. 2024.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; LORDÊLO, Tenaflae da Silva; MEDEIROS, Priscila Muniz de. Telejornalismo e convergência: rumo a um telejornal de marca de grupo?. **Brazilian journalism research**, Brasília, DF, v. 8, n. 2, p. 28-43, 2012. Disponível em: Acesso em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n2.2012.370>. Acesso em: 10 maio 2023.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, ano 26, n. 43, p. 67-84, 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/download/8637/6170>. Acesso em: 8 fev. 2024.

PINTO, Pamela. Mídia regional: nem menor, nem maior, um elemento integrante do sistema midiático do Brasil. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 29, p. 95-107, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36945>. Acesso em: 10 fev. 2024.

PIRES, Nancy Campos Mamede; ARANTES, Elaine Cristina; SILVA, Wesley Vieira da; KATO, Heitor Takashi. Diferenças e semelhanças nos métodos de amostragem de pesquisas top of mind: um estudo comparativo. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 8, n. 22, p. 37-45, set./dez. 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/947/94782205.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2023.

POZENATO, José Clemente. Algumas considerações sobre região e regionalidade. In: POZENATO, José Clemente. **Processos culturais**: reflexões sobre a dinâmica cultural. Caxias do Sul: Educs, 2003. p. 1-10. Disponível em: [https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/artigo\\_pozenato.pdf](https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/artigo_pozenato.pdf). Acesso em: 29 jun. 2023.

PRINCÍPIOS editoriais do Grupo Globo. G1, Rio de Janeiro, 6 ago. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 3 maio 2019.

QUEZADO, Ana Leopoldina Macedo. **Fortaleza nos primeiros tempos da TV**: cotidiano, memória e cultura 1958-1965. 2007, 175 f. Dissertação (Mestrado em História Social) — Departamento de História, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2007. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/2849/1/2007\\_dis\\_almquezado.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/2849/1/2007_dis_almquezado.pdf). Acesso em: 9 fev. 2024.

RAMOS, Murilo César. Um país como o Brasil não pode abrir mão da TV Aberta. Entrevistador: Felipe Mateus. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v. 11, n. 3, p. 12-18, set./dez. 2016. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/download/67/59>. Acesso em: 1 jun. 2023.

REDAÇÃO. Grupo RBS demite 31 jornalistas da tevê, rádio e jornais. **Já on-line**, Porto Alegre, 24 abr. 2020. Disponível em: <https://www.jornalja.com.br/geral/grupo-rbs-demite-31-jornalistas-da-teve-radio-e-jornais/>. Acesso em: 2 fev, 2024.

REDAÇÃO. Verdinha consolida liderança após integração com TV Diário. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 14 jun. 2022. Disponível em:

<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ceara/verdinha-consolida-lideranca-apos-integracao-com-tv-diario-1.3243667>. Acesso em: 30 jun. 2023.

REGIÃO. *In*: PRIBERAM dicionário. Lisboa: Priberam informática, c2023. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/regi%C3%A3o>. Acesso em: 10 fev. 2024.

REGIÕES de planejamento. Ipece, Fortaleza, c2024. Disponível em: <https://www.ipece.ce.gov.br/regioes-de-planejamento/>. Acesso em: 10 fev. 2022.

ROTHBERG, Danilo; GARRIDO, Bibiana Alcântara. Jornalismo, gestão da qualidade e regulação: estudo comparado de 42 corporações de mídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 85-97, 11 nov. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p85>. Acesso em: 1 set. 2021.

SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. Estructura de la convergencia. *In*: LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (coord.). **Convergencia digital**: reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións e Intercâmbio Científico. 2010. p. 27-40.

SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. La voz de la experiencia. Entrevistador: Victor Manuel Garcia Perdomo. *In*: GARCÍA PERDOMO, Victor Manuel; GUTIÉRREZ COBA, Liliana María (ed.). **Manual de géneros periodísticos**. 2. ed. Bogotá: Ecoe: Universidad de la Sabana, 2010. Disponível em: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/23445>. Acesso em: 10 fev. 2024.

SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (coord.). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Madrid: Fundación Telefónica; Barcelona: Ariel, 2016. Disponível em: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/42336>. Acesso em: 2 fev. 2024.

SARTOR, Basilio Alberto. A noção de interesse público no jornalismo: dimensões conceituais. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: SBPJor, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/201054/001104086.pdf?sequence=1>. Acesso em: 29 jun. 2023.

SASTRE, Ângelo Aparecido. **Os aspectos de inovação no jornalismo regional**: tendências, experiências e resistências ao modelo digital. 2021. 236 f. Tese (Doutorado em Mídia e Tecnologia) — Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2021. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/214675>. Acesso em: 19 jun. 2023.

SCALEI, Vanessa. Televisão em todas as telas: as transformações e as novas configurações do meio no ecossistema midiático digital e convergente. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021, Recife. **Anais [...]**. Recife: Unicap, 2021. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt4-tv/vanessa-scalei.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2023.

SCHMITZ, Aldo Antonio. Classificação das fontes de notícias. **Biblioteca on-line de ciências da comunicação**, [Covilhã], 2011. Disponível em:

<https://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2023.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**: elementos para uma teoria de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008. Disponível em:

<https://www.felsemiotica.com/descargas/97686682-Scolari-Carlos-Hipermediaciones.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2024.

SILVA, Alessandro Ferreira da. Cultura do cancelamento: cancelar para mudar? Eis a questão. **Rain**, Mar del Plata, v. 1, n. 1, p. 93-107, 2021. Disponível em: <https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/rain/article/view/4862>. Acesso em: 2 fev. 2024.

SILVA, Claudeci Ribeiro da; FERNANDES, Silvana Torquato. Redação integrada: convergência entre o impresso, digital e TV na Rede Paraíba de Comunicação. In: NUNES, Pedro (org.). **Jornalismo em Ambientes Multiplataforma**. João Pessoa: CCTA, 2016. p. 184-198. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/31405/16366>. Acesso em: 2 fev. 2024.

SILVA, Edna de Mello; ALVES, Yago Modesto. Bases epistemológicas do telejornalismo brasileiro: do telejornalismo falado ao telejornalismo expandido. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Universidade Positivo, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1137-1.pdf>. Acesso em: 8 fev. 2024.

SILVA, Fernanda Maurício. Quando a crítica encontra a TV: uma abordagem cultural para a análise da crítica televisiva. **Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 1-12, 21 mar. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.2.22177>. Acesso em: 7 jul. 2021.

SILVA, Luciana Salviano Marques da. **Qualidade no telejornalismo público brasileiro**: uma análise do Jornal da Cultura. 2020. 144 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) — Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/28728>. Acesso em: 2 fev. 2024.

SILVA, Marcelli Alves da; MATOS, Marcos Fábio Belo. Teleperiodismo y la pandemia de Covid-19: nuevas prácticas de producción. **Razón y Palabra**, [s. l.], v. 25, n. 111, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1777>. Acesso em: 4 set. 2023.

SOARES, Fernando. Telejornais da Globo-SP ganham nova identidade visual. **Portal dos Jornalistas**, [s. l.], 9 maio 2017. Disponível em: <https://www.portaldosjornalistas.com.br/telejornais-da-globo-sp-ganham-nova-identidade-visual/#:~:text=Cada%20programa%20ter%C3%A1%20uma%20paleta,cidade%20e%20da%20Grande%20SP>. Acesso em: 9 fev. 2023.

SOUZA, Bruno Marinoni Ribeiro de. TV Verdes Mares: uma janela para o Grupo Edson Queiroz. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., 2077, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: Intercom, 2007. Disponível

em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2007/resumos/R0830-1.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2024.

SOUZA, Kellcia Rezende; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. **Educação e Filosofia**, Uberlândia, v. 31, n. 61, p. 21-44, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.14393/REVEDFIL.issn.0102-6801.v31n61a2017-p21a44>. Acesso em: 19 jun. 2023.

TAVARES, Bruno da Silva. Avaliação da qualidade no telejornalismo: princípios editoriais e a cobertura do Jornal Nacional sobre os preparativos para a Copa do Mundo e a Copa das Confederações. *In.*: GUERRA, Josenildo Luiz; ROTHBERG, Danilo; MARTINS, Gerson Luiz (org.). **Crítica do jornalismo no Brasil**: produção, qualidade e direito à informação. Corvilha: LabCom.IFP, 2016. Disponível em: <https://www.labcom.ubi.pt/book/281>. Acesso em: 8 fev. 2024.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Telejornalismo local: um estudo comparativo de quatro telejornais. *In.*: ENCONTRO NACIONAL DE JOVENS PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9., 2019, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: Sbpjor, 2019. p. 1-15. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/view/1990/1220>. Acesso em: 16 jan. 2022.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa; ROCHA, Jordânia Bispo. O conceito de qualidade no jornalismo no discurso do telejornalismo local: uma análise a partir da ótica da TV Anhanguera/Goiás. **Parágrafo**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 237-244, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/521>. Acesso em: 1 set. 2021.

TORRES NETO, Antonio Pinheiro. Novas fronteiras telejornalísticas: o uso das imagens de câmeras de vigilância na produção noticiosa. **Revista do EDICC**, Campinas, v. 7, p. 19-29, 2021. Disponível em: <https://revistas.iel.unicamp.br/index.php/edicc/article/view/6542>. Acesso em: 3 ago. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005. v. 2. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod\\_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf). Acesso em: 2 fev. 2024.

TV Globo. Grupo Globo História. [S. l.], 3 mar. 2022. Disponível em: <https://historia.globo.com/memoria-roberto-marinho/empresas/noticia/tv-globo.ghtml>. Acesso em: 10 fev. 2024.

TV Verdes Mares anuncia novos conteúdos e oportunidades publicitárias do Globo Esporte CE. Nosso meio, [s. l.], 21 set. 2022. Disponível em: <https://www.nosso meio.com.br/tv-verdes-mares-anuncia-novos-conteudos-e-oportunidades-publicitarias-do-globo-esporte-ce/>. Acesso em: 1 jul. 2023.

TVS Cabo Branco e Paraíba fazem reposicionamento nas redes sociais: veja o que muda. TV Paraíba, João Pessoa, 21 maio 2018. Disponível em:

<https://redeglobo.globo.com/tvparaiba/noticia/tvs-cabo-branco-e-paraiba-fazem-reposicionamento-nas-redes-sociais-veja-o-que-muda-cg.ghhtml>. Acesso em: 29 jun. 2023.

VACA ALCÍVAR, José Bernardo; ANDINO CHANCAY, Mauro Ilich; SALTOS CARVAJAL, Ana del Rocío; ALMEIDA MACÍAS, Mercedes Roxana. Aproximación al control de calidad de produtos audiovisuales informativos, de la televisión em Manabí. **San Gregorio**, Portoviejo, v. 1, n. 28, p. 7-15, 2019. Disponível em: [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2528-79072018000400006](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072018000400006). Acesso em: 8 fev. 2024.

VASCONCELOS, Maria Bernadeth de Oliveira. **As transformações nas rotinas produtivas dos telejornais da TV Verdes Mares após a integração dos veículos do Sistema Verdes Mares**. 2019. 91 f. Monografia (Especialização) — Curso de Jornalismo, Centro de Ciências da Comunicação e Gestão, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2019.

VIEIRA, Giovanna Conceição. **Telejornalismo em transformação**: as mudanças causadas pelo processo de legitimação dos smartphones nas redações. 2020. 115 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado) — Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2020. Disponível em: <http://tede2.espm.br/handle/tede/485>. Acesso em: 2 fev. 2024.

VIEIRA, Mônica de Fátima Rodrigues Nunes; COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. Oferta de produção audiovisual durante a pandemia de Covid-19: estratégias e adaptações da Rede Globo e Netflix. **Rumores**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 300-328, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2021.185187>. Acesso em: 17 jun. 2023.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação**. 3. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994.