



Ciência e meio ambiente:
urgências para o ensino
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

DEMANDAS DE PESQUISA X INTERESSES DE PESQUISA: DISCUSSÃO SOBRE AS MONOGRAFIAS DESENVOLVIDAS NA FURB

Clarissa Josgrilberg Pereira (clarissap@furb.br)¹
Magali Moser (magalim@furb.br)²

RESUMO

Analisar a produção científica publicada nas monografias do curso de Jornalismo da Universidade Regional de Blumenau (FURB) é o principal objetivo desta pesquisa. O primeiro curso surgido no país sobre as novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), prestes a completar dez anos de implantação, possui grande relevância regional. Assim, a partir de uma pesquisa da pesquisa avaliamos 38 trabalhos sob a luz de categorias como: aproximação com a discussão regional, metodologia utilizada, locus de análise e mídias estudadas. Compreendemos que há inúmeras contribuições dos estudos desenvolvidos para as regiões abarcadas, visto que a partir da criação do curso passaram a ser alvo de investigação e estudo. Além disso, os dados mostram mídias, regiões e perspectivas de estudos que carecem de maior exploração e servem de direcionamentos para estudos futuros.

PALAVRAS-CHAVE

Pesquisa em Jornalismo. Pesquisa da Pesquisa. Mídia regional. Monografia. FURB.

1. INTRODUÇÃO

Realizar pesquisa da pesquisa tem sido uma tendência nos estudos científicos e, inclusive, no campo comunicacional. A partir de uma maior quantidade de estudos e as dispersas divulgações deles, buscamos por meio das pesquisas dos estudos realizados identificar tendências, abordagens, possíveis fragilidades e oportunidades de investigação.

¹ Doutora em Comunicação Social e docente do curso de Jornalismo da FURB.

² Doutora em Jornalismo e docente do curso de Jornalismo da FURB.

Assim, a pesquisa da pesquisa é denominada por Bonin (2008, p. 123, grifo da autora) como “uma prática relevante para tomar contato com esta produção, a fim de que as novas investigações contemplem e considerem estes desenvolvimentos e aquisições e busquem efetivamente avançar com e a partir deles”.

No caso específico deste estudo, buscamos a partir da pesquisa da pesquisa identificar o caminho científico e metodológico que as monografias do curso de jornalismo Universidade Regional de Blumenau – FURB vêm percorrendo e, em especial, identificar se elas têm abarcado discussões locais e regionais, as quais contemplam grande parte da justificativa de criação do curso.

O curso cujas pesquisas são aqui analisadas foi implantado em 2014 e, tornou-se, portanto, o primeiro do país criado sob as novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN). Em 2017 aconteceram as primeiras defesas das monografias que constituem o trabalho de conclusão de curso. Como recorte de análise, identificamos todas as monografias disponibilizadas na biblioteca da universidade até o presente momento.

Foram encontrados 38 trabalhos, os quais foram submetidos à análise de categorias que serão posteriormente explicadas. Vale ressaltar que este número não contempla o total de monografias defendidas, visto que nem todos os estudos estão disponibilizados na biblioteca como, por exemplo, as últimas defesas realizadas em 2022. Assim, pretendemos em posterior estudo abarcar a totalidade das monografias.

Como percurso metodológico e com base em outras pesquisas das pesquisas (OTRE, 2016; SILVA et al, 2017), foram avaliadas as seguintes categorias: se havia recorte regional ou não; qual a metodologia predominante no estudo; qual o locus da pesquisa, ou seja, se era de recepção, de produção ou de produto e qual a mídia discutida.

Para a avaliação dos estudos, foram extraídas as informações das categorias na seguinte progressão de leitura: resumo, introdução e desenvolvimento. Uma das principais categorias de análise é a de identificação da aderência ou não às temáticas regionais, visto que olhar o local e discutir mídia regional devem ser algumas das principais contribuições dos estudos monográficos do curso de jornalismo da FURB.

2. A DIFICULDADE DE UM CONCEITO PARA O JORNALISMO DE PROXIMIDADE

A proximidade é entendida como um dos valores centrais no jornalismo. Orienta um dos valores-notícia mais comuns, moldando o interesse público pela notícia. Mas o avanço das reflexões em torno do conceito de jornalismo de proximidade tem sido apontado como um desafio entre estudiosos do campo. A complexidade e a polissemia de sentidos envolvidas nesta definição requerem atenção.

Um dos pesquisadores desta vertente, o português Carlos Camponez (2012, p. 35), alerta que “a proximidade é entendida com frequência, no jornalismo, numa dimensão essencialmente estratégica, quer seja como valor-notícia orientador dos critérios noticiosos do jornalista, quer ainda como um produto comercial.” Na avaliação do professor,

O conceito de proximidade é, a nosso ver, um dos mais complexos utilizados no campo jornalístico, tendo em conta a transversalidade a polissemia e, conseqüentemente, a opacidade com que é utilizado nos diferentes domínios de aplicação, nomeadamente empresarial, ético e socioprofissional. (CAMPONEZ, 2012, p. 35)

Um dos primeiros cuidados a tomar parece ser evitar uma delimitação apenas ao aspecto geográfico ou territorial, prática ainda recorrente nessas discussões. No jornalismo de proximidade, a questão da geografia não deve ser a única a ser observada. Como explica Peruzzo (2005, p. 74), noções como pertencimento cultural também precisam ser considerados: “Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física.” Na avaliação da autora, estes “são elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter” (PERUZZO, 2005, p. 74).

Há de se considerar, entretanto, que a proximidade não se constitui como critério apenas no âmbito da mídia regional. Conforme explica Beatriz Dornelles (2010, p. 239): “No jornalismo, a proximidade trata de comunicar conteúdos

considerados pertinentes aos seus leitores com o objetivo de conseguir a fidelização dos públicos. Estas estratégias são utilizadas tanto pela imprensa local, quanto pela regional e nacional.”

Segundo a autora, o viés comunitário não se abala frente ao cenário de mudanças tecnológicas. A imprensa do interior, “caracterizada especialmente pelo localismo, funciona em um espaço mais ou menos limitado, por seleção do tipo de informação, por identificação com o público, pelo partilhamento dos fatos, dos interesses, das necessidades, das reivindicações políticas etc”. (DORNELLES, 2010, p. 242).

Um olhar aprofundado para as reflexões levantadas nos estudos sobre a prática jornalística na mídia regional permite revelar certas ambiguidades. Ao mesmo tempo que o exercício do jornalismo neste contexto possibilita uma aproximação de sua audiência, tematizando determinados temas que não receberiam atenção em outros espaços midiáticos, também enfrenta relações de poder mais intensas, o que pode significar uma restrição das possibilidades de cobertura jornalística, sobretudo quando se trata de denúncias e irregularidades envolvendo figuras conhecidas por exercer algum tipo de liderança nas mais diversas esferas e/ou segmentos naquela comunidade.

Operam nesse sentido, portanto, um conjunto de forças e elementos que ao mesmo tempo podem ser vistos como positivos, à medida que favorecem uma sensação de “pertencimento” para a audiência, também exercem aspectos passíveis de serem lidos como negativos, considerando a proximidade das relações de poder envolvidas nas coberturas. Entre potencialidades e limitações, conquistas e desafios, há um universo a ser explorado como campo de pesquisa quando olhamos para a mídia regional, o que defendemos e nos propomos com este artigo.

2.1 A proximidade como valor-notícia

Uma das abordagens mais frequentes em torno da proximidade nas discussões teóricas sobre jornalismo é a que a compreende como valor-notícia. Desde os noruegueses Galtung e Ruge, que em 1965 listaram 12 valores-notícia, tentando explicar como os acontecimentos se transformam em notícias e tornando a pesquisa

referência, esse critério tem sido observado por diferentes autores e contextos (SILVA, 2021; TRAQUINA, 2008; LAGE, 2001). Nem todos os autores que consideram a proximidade como um valor-notícia a entendem não restrita apenas à dimensão territorial, entretanto, o que se postula aqui vai ao encontro dessa compreensão, alargando seu significado também no âmbito cultural, como explorado no tópico anterior. O processo de construção da notícia revela como a proximidade nessas duas esferas atua de modo articulado e presente, de modo que não apenas aquele acontecimento próximo geograficamente passa a ser notícia, mas também o acontecimento distante com algum grau de proximidade cultural.

3. A IMPORTÂNCIA DO OLHAR VOLTADO PARA A MÍDIA REGIONAL

Blumenau assume lugar de protagonismo no âmbito das comunicações. Embora o município esteja localizado no interior do Estado, no Vale do Itajaí, a cerca de 140 quilômetros da capital Florianópolis, historicamente mostra liderança e pioneirismo em diferentes momentos, saindo na frente em aspectos relacionados a essa temática. Foi o primeiro município de Santa Catarina a contar com uma emissora de rádio, a Rádio Clube, também conhecida pelo prefixo PRC 4, no início dos anos 1930. Também sediou a primeira emissora de televisão do Estado, a TV Coligadas, lançada oficialmente em 1969. O primeiro jornal com impressão em *off-set* do estado, inovação tecnológica disponível apenas nos grandes centros urbanos àquele momento, também remete a Blumenau, a partir de 1971, com o Jornal de Santa Catarina, que nasceu com o objetivo de ter circulação estadual e depois focou no público regional.

Talvez esse lugar de protagonismo exercido pelo município em certos aspectos ligados às comunicações também contribua para explicar o fato de o curso de Jornalismo da FURB ter sido o primeiro do Brasil alinhado às novas diretrizes curriculares. Além disso, com a criação do curso, a FURB passa a “ser a primeira instituição pública catarinense a oferecer dois bacharelados na área da Comunicação, numa sinergia que tende a constituir-se em referência estadual” (UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU, 2014, p.22).

Esse protagonismo também constitui um cenário de mídias com muitos profissionais não formados, o que demonstra a relevância da criação do curso.

Vários trabalhadores que desempenham funções na área de comunicação, seja na mídia específica (jornal, rádio e TV) ou nas assessorias de imprensa de órgãos públicos ou empresas de grande porte existentes em Blumenau e na região, ainda não possuem formação superior na área específica, como se verifica na própria universidade, em especial na qualificação jornalística (UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU, 2014, p.24).

Lançado em 2013, com a primeira turma de calouros ingressando no ano seguinte, o curso se consolida como uma referência para interessados nesse campo de estudos no Vale do Itajaí. Desde seu lançamento, a ementa do curso contempla a disciplina Mídia Regional cujo objetivo é compreender as origens, a atualidade e as perspectivas do mercado regional da comunicação e sua relação com o contexto político, socioeconômico e cultural da região.

Dentre as discussões contempladas na ementa da disciplina estão questões como a atuação dos meios de comunicação e a relação com os processos regionais de organização política, econômica, social e cultural, além das condições de produção, distribuição e consumo de comunicação na região. As necessidades de comunicação corporativa, institucional e promocional e a atuação dos grupos midiáticos também se incorporam, tais como os mecanismos de observância às relações étnico-raciais, direitos humanos e educação ambiental, empresas, estruturas e hábitos de audiência e mercado de trabalho. Oferecida no primeiro semestre do curso, a disciplina busca promover uma aproximação entre os recém-ingressantes e as potencialidades e limitações do mercado regional de comunicação.

O perfil da mídia em Santa Catarina segue um padrão verificado em nível nacional. Quatro grupos empresariais comandam as comunicações no território estadual, segundo Aguiar (2014). O autor lista o predomínio de famílias tradicionais no controle dos principais grupos que atuam na comunicação estadual: 1) Grupo Amaral, à frente do SBT, com sede em Lages, no Planalto Catarinense; 2) Grupo Firenze Brandalise, responsável pela TV Band, com sede em Florianópolis; 3) Grupo Petrelli, de propriedade do ND, também com sede em Florianópolis; 4) Grupo Sirotsky,

no comando da Rede Brasil Sul (RBS), cujos veículos em Santa Catarina foram vendidos em março de 2016 para o Grupo NC, liderado inicialmente pelo empresário paulista do ramo farmacêutico, Carlos Eduardo Sanchez, e ainda pelo médico e empresário gaúcho da Videolar Lírio Albino Parisotto.

Parisotto abandonou o negócio depois, no entanto, sua trajetória deixa pistas sobre possíveis interesses de ordem político-partidária na transição. Isso porque ele atuou como suplente de senador pelo MDB (AM), foi eleito segundo suplente de senador na chapa do ex-governador Eduardo Braga (PMDB/MDB-AM) em 2010, com mandato até 2019. No caso de Carlos E. Sanchez, apesar de não ter vínculo ou filiação partidária, há um evidente alinhamento ideológico com lideranças do PSDB, como Fernando Henrique Cardoso e José Serra. O empresário foi conselheiro do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI), com sede em São Paulo e vínculos com tucanos, além de ter sido beneficiado pela Lei dos Genéricos, durante a gestão do então ministro da saúde, José Serra (PSDB/SP), nos anos 1990 (AGUIAR, 2019).

O controle da mídia regional catarinense é tema recorrente de pesquisa para Aguiar (2014; 2019). Ele investigou a venda das empresas da RBS, maior conglomerado de comunicação do Sul do Brasil e maior afiliada da Rede Globo no Brasil, e a compra pelos bilionários da Forbes, em 2016. Sua principal questão de pesquisa gira em torno de “compreender o motivo que levou dois megaempresários e *outsiders* do setor da Comunicação na região Sul do país a investir seu dinheiro e prestígio numa área em que jamais tiveram qualquer tipo de participação” (AGUIAR, 2019, p. 11). Após a reestruturação, os veículos da NC sofreram forte impacto e levaram à precarização da atividade jornalística, com a retirada de circulação de dois dos principais jornais regionais do grupo, o A Notícia, de Joinville, e o Jornal de Santa Catarina, de Blumenau. Em busca dos reais interesses motivadores da negociação, o autor sustenta interesses de caráter político-partidário:

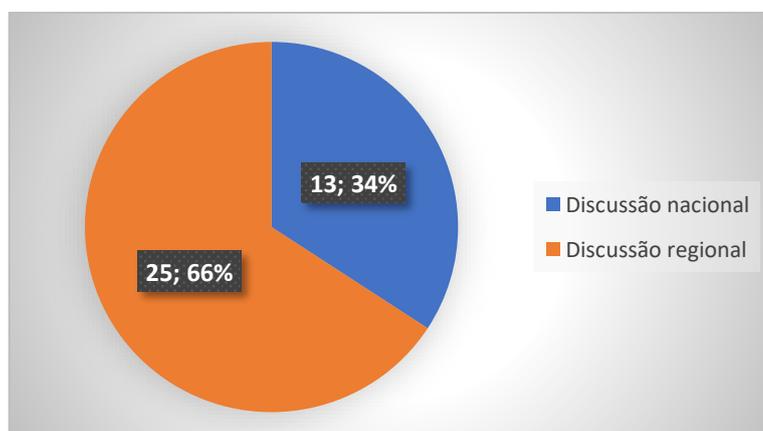
As justificativas para a compra da RBS em Santa Catarina não são somente por razões de ordem financeira-comercial como querem fazer crer os donos da NSC Comunicação, considerando que a família Sirotsky sempre foi identificada com o ramo das comunicações. Mas de ordem político-partidária, pois defendemos a hipótese do interesse partidário tanto do Grupo NC como do suplente de senador e empresário Lírio Parisotto (MDB-AM), no quadro da nova geopolítica conservadora nacional do Sul do Brasil, a partir dos seus vínculos históricos com o MDB-PSDB. (AGUIAR, 2019, p. 172)

Aguiar questiona as motivações dos megaempresários para investir no setor das comunicações num momento marcado por forte crise no setor de mídia e numa conjuntura econômica desfavorável. Na avaliação do autor, a diferença entre os multimilionários e a família Sirotsky é evidente, já que os novos donos da ex-RBS em Santa Catarina já surgem atrelados a partidos políticos. O perfil assumido com essa mudança impõe novas configurações da elite regional da comunicação brasileira e requer, portanto, um estudo detalhado. A mídia regional passa por transformações profundas, resultado de um processo que inclui também o cenário mais amplo de comunicação. Há ainda uma explosão de blogs, portais e canais alternativos de informação que se disseminam e configuram uma nova realidade em termos comunicacionais em Santa Catarina, requerente de compreensão em profundidade.

4. ANÁLISES

Como já explicitado anteriormente, submetemos os trabalhos analisados às categorias que nos ajudariam a compreender o rumo das pesquisas desenvolvidas no curso de Jornalismo da FURB. A primeira questão a ser identificada era se os trabalhos possuíam ou não algum vínculo regional. Dos 38 trabalhos, 25 continham discussões regionais e/ou locais enquanto 13 abordavam discussões de âmbito nacional.

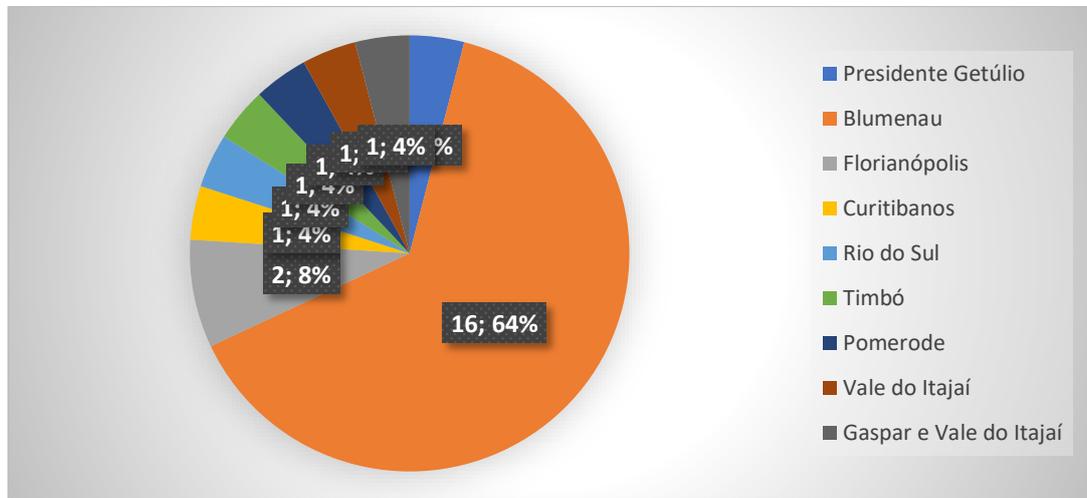
Gráfico 1 – Abrangência da pesquisa



Vale ressaltar dois aspectos importantes quanto a esses dados. O primeiro é que muitas das pesquisas discutidas no âmbito nacional não continham caminhos de discussão local justamente pela configuração da mídia regional. Como é o caso, por exemplo, das monografias que discutiram diplomacia e jornalismo, viralização de conteúdo, jornalismo de guerra e podcast sobre *true crime*. O segundo aspecto é que boa parte dos trabalhos acabam levando em consideração a proximidade mais pela questão geográfica, poucos relevam questões como as trazidas por Peruzzo (2005) que levam em consideração identidade, idioma, entre outros. É comum, por exemplo, a escolha do objeto empírico se relacionar ao contexto local e regional, até por refletir a realidade na qual a/o estudante está inserido/a, entretanto, a discussão não costuma contemplar reflexões teóricas deste universo, revelando uma brecha a ser compreendida.

A maioria dos trabalhos discutiu questões relacionadas à cidade de Blumenau, local onde está inserida a Universidade Regional de Blumenau (FURB). Contudo, como o próprio nome da instituição direciona, a Universidade tem relevância em todo Vale do Itajaí. Blumenau acaba assumindo o lugar de polo regional para os municípios ao redor. Essa vinculação não se dá por acaso, considerando que em 1934 um total de 38 novos municípios se originaram da área que constituía Blumenau, após uma sequência de sucessivos desmembramentos. O gráfico a seguir mostra municípios e regiões que tiveram algum estudo desenvolvido pela FURB na área do jornalismo.

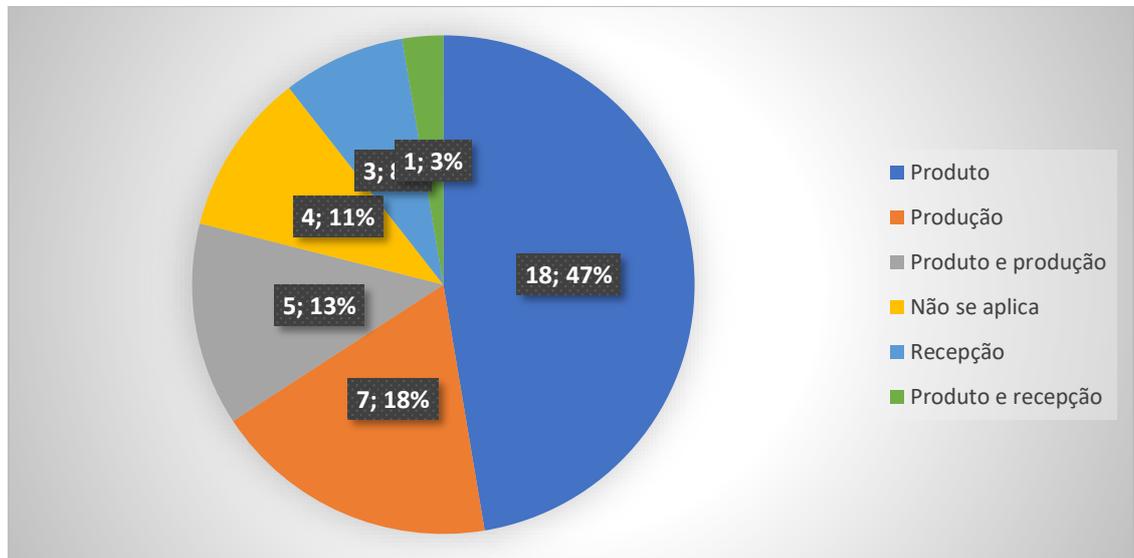
Gráfico 2 – Localidades da pesquisa



Notamos que há uma polaridade nas pesquisas desenvolvidas e sabemos que um dos motivos para isso são os próprios alunos que estudam em Blumenau, mas residem em cidades vizinhas. Contudo, identificamos que ainda há inúmeras questões comunicacionais dessas regiões que precisam ser abordadas e, ainda, há vários outros municípios como, por exemplo, Indaial que ainda não foram contemplados em estudos.

Quanto ao locus da pesquisa, identificamos que a maioria das discussões está centrada na análise de um produto, conforme representa o gráfico a seguir:

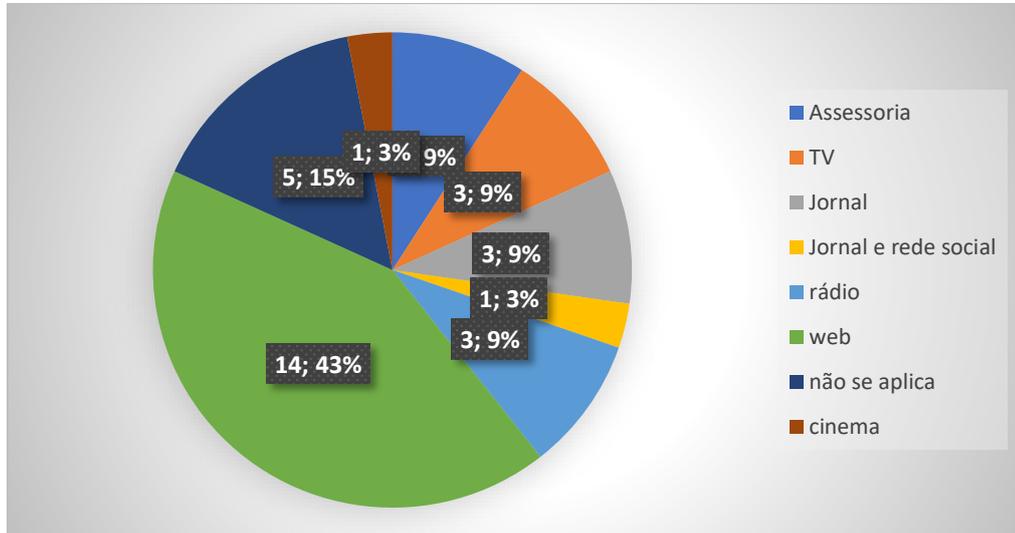
Gráfico 3 – Locus da Pesquisa



A escolha do locus da pesquisa segue o que tem sido tendência nos estudos de jornalismo. Silva et al (2017, p.3) apontam que “em 78,2% das análises empíricas o olhar do investigador volta-se para produtos; em 14% delas o pesquisador vai até a produção e 7,6% investigam a recepção”. É possível verificar, ainda, que há poucos estudos que ampliam sua análise para mais de uma etapa do processo comunicacional e poucos focam na compreensão do receptor. Importante esclarecer que os trabalhos categorizados em “não se aplica” dizem respeito às discussões que não focam um locus específico como, por exemplo, pesquisa teórica sobre código de ética.

No que tange aos meios mais analisados é possível ver uma predominância de estudos realizados na web.

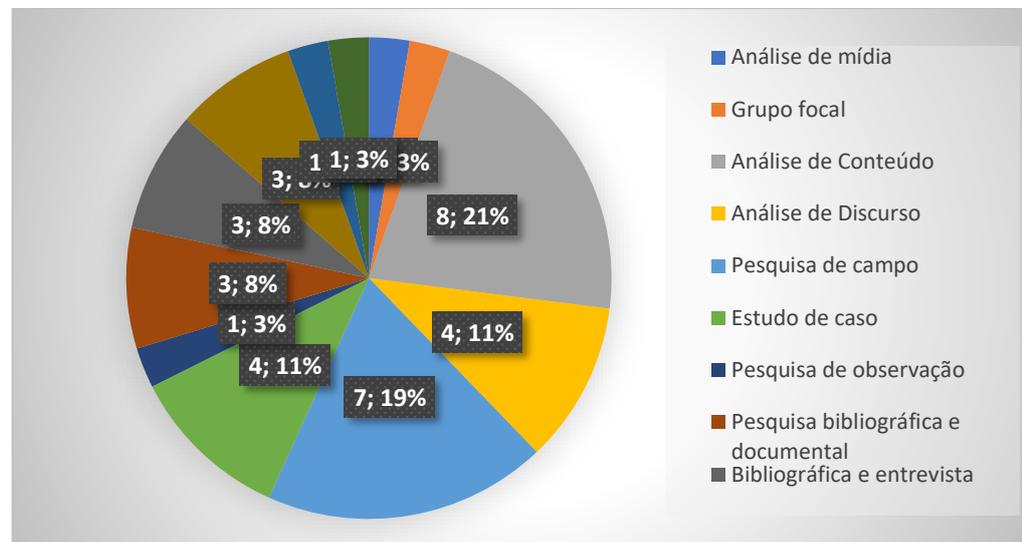
Gráfico 4 – Meios analisados



A predominância de estudos na web representa uma tendência, mas, por outro lado, demonstra uma falta de olhar para veículos tradicionais, de mídias tradicionais, com histórias e procedimentos que ainda carecem de pesquisa e registro.

Quanto às metodologias, identificamos que as mais utilizadas são as de análise de cobertura jornalística, principalmente por meio da análise de conteúdo e de discurso.

Gráfico 5 – Metodologia de pesquisa



Silva et al (2017, p.4) discutem que a preferência por analisar produtos se dá por diversos motivos, por ser mais viável, barato e prático e/ou “por ainda não termos consolidado ou não dominarmos técnicas de pesquisa nos campos da produção e da recepção de notícias”.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo traz discussões iniciais sobre os direcionamentos que as pesquisas em jornalismo do curso da FURB têm tido. Identificamos que este é um primeiro diagnóstico que precisa ser aprofundado com o corpus total dos trabalhos defendidos e com análise que também inclua outras categorias, como as técnicas utilizadas nos procedimentos metodológicos e os autores/as autoras e essenciais que fundamentam cada pesquisa.

Todavia, embora inicial, é possível já traçar algumas conexões importantes. Uma delas é o cruzamento dos dados coletados neste estudo com outros desenvolvidos. Assim, o foco em analisar produto e web está alinhado com o que a maioria das pesquisas em jornalismo vêm desenvolvendo e, por outro lado, sinaliza a necessidade de desbravar outras áreas do estudo como produção e recepção; bem como técnicas que viabilizem esses estudos.

Outra conexão importante certamente é quanto ao foco de discussão regional, pilar este existente já no Projeto Pedagógico do Curso (PPC), inclusive, como justificativa de sua criação. Identificamos que a maior parte dos estudos é local e que há uma pequena capilaridade regional. Embora, falte uma discussão mais contextualizada, que entenda a discussão de mídia regional e de um jornalismo de proximidade para além da escolha do objeto empírico é inquestionável o avanço que estudos trouxeram para uma região até então descoberta por pesquisas específicas nessa área. A diversidade de locais, locus e mídias analisadas, associado ao fato de estarmos discutindo um recorte temporal de apenas sete anos de estudos demonstra avanços.

Ainda que a disciplina de Mídia Regional esteja localizada no primeiro semestre do curso e constitua apenas dois créditos semanais, as análises evidenciam a importância e a necessidade para olhar o local e para evitar um chamado recorte ou uso meramente “instrumental” na abordagem da temática. Se as particularidades regionais e locais da prática jornalística adotada no Vale do Itajaí não forem observadas por quem estuda e pesquisa a comunicação nesta região, possivelmente não receberão atenção de outros espaços. Compreender os processos da comunicação regional se mostra fundamental no entendimento de como operam as relações local - regional - estadual - nacional - internacional. Isso porque o jornalismo se molda à realidade que o rodeia, assumindo contornos desse universo.

Nesse sentido, vale destacar iniciativas que despertaram para a necessidade de mapear o jornalismo local no Brasil, como o Atlas da Notícia, projeto desenvolvido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com a Volt Data Lab, que procura listar os veículos produtores locais de notícias no Brasil. Surgido em 2017, o estudo se consolida como um dos principais projetos de mapeamento da mídia regional.

Na edição de 2023, há uma busca por atualizar o mapa dos veículos jornalísticos nos 5.570 municípios brasileiros, incluindo a abertura e o fechamento de empresas do ramo. Os dados da última edição, de 2022, mostram que em Santa Catarina há a presença de 399 jornais impressos, 238 emissoras de rádio, 219 portais online e 36

emissoras de televisão: Um panorama de possibilidades a serem exploradas pela pesquisa sobre mídia regional no estado.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Itamar. **1. CONFECOM: os interesses em jogo**. Florianópolis: Edição do autor, 2014.

AGUIAR, Itamar. **A operação Zelotes e a venda da RBS**. Florianópolis: Editoria em Debate/UFSC, 2019.

BONIN, Jiani A. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista Famecos** n.37. p.121-128. Porto Alegre: 2008.

CORREIA, João Carlos (Org.). **Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Portugal, Covilhã, UBI, Ágora, LabCom, Livros LabCom, 2011.

Disponível em:

<http://repositorio.asc.es.edu.br/bitstream/123456789/1700/1/Livro%20%20C3%81gora%20-%20Jornalismo%20de%20Proximidade%20COMUNICA%20C3%87%20C3%83O%20REGIONAL.pdf>. Acesso em mar/2023.

DORNELLES, Beatriz Corrêa Pires. **O Localismo nos jornais de interior**. In: Revista. Famecos, Porto Alegre, v. 17 n. 3, setembro/dezembro 2010.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: UFSC – Insular, 2001.

LEONI, Márcia França; LAURINDO, Roseméri. **Pioneiros do jornalismo: o primeiro curso do Brasil sob novas DCNs**. 1. ed. - Blumenau, SC :edifurb, 2019. - 81 p.

PERUZZO, Cicilia M. K.. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. Universidade Metodista de São Paulo, Comunicação e Sociedade, v. 26 n° 43, 2005.

Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/o> Acesso em: mar/2023.

SILVA, Gislene; CARVALHO, Edwin dos Santos; ASSIS, Ingrid Pereira; BARCELOS, Marcelo. Metodologia de pesquisa em jornalismo: 100 dissertações do Programa de Pós-graduação em jornalismo da UFSC. **Revista estudos em jornalismo e Mídia**. V.14, n.2, 2017.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz. (Orgs). **Crítérios de noticiabilidade - problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Volume II – A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2^a ed. Florianópolis: Insular, 2008.

UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU. **Projeto Pedagógico do curso de Jornalismo**. Blumenau: 2014.