

Gêneros do texto institucional: uma proposta de estudo¹

Brunna Nonato de CARVALHO²
Amir BOVENSCHULTE³
Marco Aurélio RODRIGUES JÚNIOR⁴
Julli Andrews de Oliveira BRUNO⁵
Francine WAGNER⁶
Ana Carolina de Araújo SILVA⁷
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Uma das principais ferramentas da comunicação institucional é o texto. E como são vários os objetivos e usos do texto do campo da comunicação institucional, também são múltiplas as suas características, que definem os gêneros do texto em questão. No entanto, não há na literatura específica de comunicação institucional no Brasil obras que definam claramente os gêneros do texto institucional. É justamente o que propõe o projeto ao qual esse artigo se refere: pesquisar e tipificar, a partir de características comuns que incidam na expectativa do leitor, os gêneros do texto institucional. Para tanto, em um primeiro momento, foi realizada a revisão de literatura sobre temas que constituem a base teórica da pesquisa, tais como gêneros do discurso, gêneros jornalísticos e características do texto institucional. Em uma segunda fase do projeto, está sendo desenvolvida pesquisa de campo, durante a qual estão sendo coletados e tabulados diversos textos institucionais, de diferentes plataformas, usos e organizações (privadas, públicas e do terceiro setor). Na terceira e última fase da pesquisa, os textos serão analisados por meio da análise de conteúdo, para que seja proposta, então, uma tipologia dos gêneros do texto institucional.

PALAVRAS-CHAVE: Gêneros textuais; texto institucional; comunicação institucional.

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, na Jornada de Iniciação Científica em Comunicação do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 3º. período do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: nonatocarvalho.ufpr@gmail.com. Membro do Grupo de Pesquisa PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações).

³ Estudante de Graduação 5º. período do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: amirboven@gmail.com. Membro do Grupo de Pesquisa PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações). Membro do Grupo de Pesquisa PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações).

⁴ Estudante de Graduação 3º. período do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: marcoarelioo274@gmail.com. Membro do Grupo de Pesquisa PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações).

⁵ Estudante de Graduação 1º. período do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: jullibruno2015@gmail.com. Membro do Grupo de Pesquisa PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações).

⁶ Graduada do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: franbiogene@hotmail.com. Membro do Grupo de Pesquisa COMXXI (Comunicação para o Século XXI).

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da UFPR, e-mail: anacarolaraujosilva@gmail.com. Membro dos Grupos de Pesquisa COMXXI (Comunicação para o Século XXI) e PRACCOM (Prática da Convergência na Comunicação das Organizações).

INTRODUÇÃO

A Comunicação Institucional vem se estabelecendo, gradativamente, tanto no mercado de trabalho quanto como campo de estudo acadêmico. E o estudo sobre os gêneros do texto institucional tem sua relevância nesse contexto.

A proposta da construção de tipologias para o gênero do texto institucional se justifica para o fortalecimento da comunicação, seja no seu estudo mais teórico ou na aplicação prática.

O presente artigo apresenta o início e delineamento da pesquisa sobre gêneros do texto institucional desenvolvida no âmbito da iniciação científica por estudantes do Curso Superior de Tecnologia em Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná, orientados pela professora Ana Carolina de Araújo Silva.

No campo da Comunicação Institucional, há vasta literatura que aponta diferentes tipos de texto institucional, inclusive com inúmeros manuais de escrita destes textos no mercado. No entanto, embora os autores apresentem a variedade de textos, não há menção ao gênero a que pertencem e, na revisão de literatura realizada para a escrita deste trabalho, não foi encontrada nenhuma pesquisa que agrupasse os textos institucionais em gêneros, descrevendo-os de acordo com suas características comuns que os definem como parte de um gênero específico, que geraria a predisposição do leitor para a leitura e compreensão de determinado texto institucional. O objetivo principal dessa pesquisa é, então, propor uma tipologia dos gêneros do texto institucional.

Como será evidenciado nesse trabalho, a pesquisa, que começou em 2018, foi iniciada pela discussão da bibliografia que já tratava sobre gêneros textuais no âmbito da Linguística e do Jornalismo, para que fossem compreendidos conceitos e processos metodológicos que pudessem indicar o caminho a ser percorrido para que se chegue a uma tipologia de gêneros para o texto institucional.

Depois, foi iniciado um mapeamento de textos institucionais de organizações públicas, privadas e do terceiro setor, em diferentes plataformas (impresso, rádio, TV e internet), voltadas tanto para públicos internos quanto externos. A pesquisa está exatamente na finalização desta fase.

Por fim, os textos mapeados serão analisados e, ao final da pesquisa, em 2020, pretende-se ter como resultado uma proposta de tipologia dos gêneros do texto institucional.

REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura tem como objetivo discutir os critérios para categorizar os textos em gêneros ou tipos na comunicação institucional. Como não há na literatura específica de Comunicação Institucional no Brasil obras que definam claramente os gêneros do texto institucional, os critérios que serão apresentados são aqueles que, até agora, já observamos ser pertinentes em trabalhos de outros pesquisadores, em campos de estudo correlatos.

Marques de Melo (2009, p. 2) cita Irene Machado (2001) ao afirmar que “a pesquisa sobre gêneros textuais atende uma necessidade específica: a de explicitar os modos pelos quais as mensagens se organizam em meio à profusão de códigos, de linguagens e, conseqüentemente, de mídias”.

Logo, esta revisão de literatura tem como base, preliminarmente, os conceitos de gênero. Há diferentes linhas de pesquisa com relação a este tema, a partir da centenária pesquisa em gêneros da literatura, passando pelos gêneros do discurso do campo da linguística até a definição dos gêneros jornalísticos e suas especificações por diferentes meios de comunicação, como os gêneros do radiojornalismo, do telejornalismo e do ciberjornalismo. A presente pesquisa, embora parta da revisão bibliográfica ampla de gênero, terá como base a concepção de gênero jornalístico, tal como José Marques de Melo desenvolveu em sua reconhecida pesquisa.

Antes, é preciso entender porque surgem as pesquisas sobre gêneros textuais e sua aplicabilidade. Salaverría e Cores (2005) argumentam que os gêneros são respostas culturais a demandas sociais surgidas em um contexto histórico determinado. “Seu surgimento, portanto, não é gratuito: os gêneros sempre nascem da necessidade de satisfazer uma função social” (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.145, tradução nossa)⁸. Segundo os autores, o surgimento de novos gêneros corresponderia ao reflexo da evolução da própria sociedade.

Mas, por que há a necessidade do surgimento desses novos gêneros? Salaverría e Cores (2005) justificam a resposta para esta pergunta não com base em uma necessidade de quem produz o material, mas com foco em uma necessidade do leitor.

⁸ Su aparición, por tanto, no es gratuita: los géneros nacen siempre de la necesidad de satisfacer una función social. [texto original]

As características específicas de cada gênero fazem com que o leitor adote uma posição intelectual determinada com relação ao texto. Assim, não lerá de forma igual um livro de poesia, uma bula de remédio ou um jornal. Além disso, dentro do jornal, terá diferentes expectativas com relação à leitura de uma notícia, de um editorial ou de uma coluna pessoal. Esta predisposição distinta, necessária para a interpretação correta de cada um dos textos, se produz graças à existência dos gêneros. (SALAVERRÍA; CORES, 2005, p.146, tradução nossa)⁹

Com a crescente visibilidade das organizações públicas, privadas e do terceiro setor na contemporaneidade e a necessidade, também crescente, da transparência de suas ações, surge a demanda por estudos que demonstrem as características comuns de cada tipo de texto institucional e suas funções, ou seja, a discussão acerca dos gêneros desses textos.

Cesca (2006), Gold (2005) e Bueno (2009), por exemplo, elencam em suas obras diversos tipos de texto voltados para a comunicação interna e externa das organizações. Detalhadamente, os autores apontam as características da correspondência oficial, jornal mural, cartaz, folheto, *release*, *house organs*, dentre outros. No entanto, não classificam cada um desses textos em um gênero do texto institucional ou organizacional.

Tratando especificamente sobre a pesquisa no âmbito do Jornalismo – mais especificamente em veículos impressos – Marques de Melo (2009) chegou a uma classificação de cinco gêneros da cultura jornalística brasileira – informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário, nos quais se agrupam textos em diferentes formatos.

Podemos notar que alguns formatos que correspondem aos gêneros textuais jornalísticos, tais como informativo (nota, notícia, reportagem, entrevista), utilitário (serviços), opinativo (editorial, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta) e interpretativo (enquete) também podem ser observados em textos de comunicação institucional, em diferentes veículos e plataformas de divulgação.

Ao analisar os gêneros do telejornalismo, Rezende (2009) ressalta que não se pode fixar limites rigorosos entre gêneros e formatos jornalísticos, principalmente na TV.

⁹ Las características específicas de cada género hacen que el lector adopte una posición intelectual determinada ante el texto. Así, no leerá de igual modo un libro de poesía, un vademécum farmacológico o un periódico. Más aún, dentro del periódico, tendrá distintas expectativas ante la lectura de una noticia, un editorial o una columna personal. Esta distinta predisposición, necesaria para la correcta interpretación de cada uno de los textos, se produce gracias a la existencia de los géneros. [texto original]

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

Ainda com foco nos estudos sobre gêneros no telejornalismo, se destacam também as pesquisas realizadas por Ana Carolina Temer (2001) e José Carlos Aronchi de Souza (2004).

No campo do radiojornalismo, André Barbosa Filho publicou livro sobre sua pesquisa no mestrado sobre os gêneros no rádio (BARBOSA FILHO, 2003) e Clóvis Reis (2010) escreveu uma proposta de nova tipologia para gêneros jornalísticos radiofônicos, destacando como os principais: nota, notícia, reportagem, comentário, editorial, crônica, documentário e debate.

Por fim, evidenciamos ainda a classificação de gêneros ciberjornalísticos realizada por Salaverría e Cores (2005, p.150-176), divididos em: 1) gêneros informativos: transmitem dados, fatos e falas de maneira clara, concisa e “desapaixonada”; 2) gêneros interpretativos: situam a informação em seu contexto para explicar suas causas e processos, assim como suas possíveis consequências e finalidades; 3) gêneros dialógicos: baseiam-se na comunicação entre duas ou mais pessoas através de textos escritos ou orais, que pode realizar-se de forma síncrona (quando a troca de informações é simultânea, ao mesmo tempo) ou assíncrona (por mensagens não instantâneas); e 4) gêneros argumentativos: textos que tradicionalmente eram chamados de textos opinativos, nos quais seus autores, normalmente identificados, expõem uma tese e tratam de embasá-la com a finalidade de convencer o leitor sobre aquele ponto de vista.

Barboza e Silva (2018) apresentaram recente pesquisa em que sugerem a inclusão de um novo gênero nesse contexto das narrativas na Internet: a infografia multimídia, gênero autônomo e com características próprias.

A atualização das classificações disponíveis na atualidade interessa tanto aos produtores de conteúdo em comunicação quanto aos leitores, ouvintes e telespectadores. Se, por um lado, os gêneros servem como modelo de enunciação, sendo uma ferramenta de trabalho que facilita a tarefa de escrever, por outro funcionam como um modelo de

recepção, que permite à audiência a compreensão sobre a finalidade de um determinado texto e a atitude com que o comunicador encara a realidade.

PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia deste projeto corresponde a um percurso de três fases: pesquisa bibliográfica, mapeamento do material a ser analisado (que será abordado no próximo tópico desse artigo) e a análise de conteúdo.

Conforme foi apresentado no tópico anterior, o projeto começou com uma pesquisa bibliográfica que teve como objetivo significar e esclarecer os conceitos com os quais a pesquisa trabalhará. Segundo Stumpf (2009, p. 51),

Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção de bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões.

Logo após a pesquisa bibliográfica, teve início a coleta de produções textuais de organizações públicas, privadas e do terceiro setor para posterior análise. Foram selecionadas as seguintes organizações: o restaurante Madero, o grupo Marista e a Renault (no âmbito das organizações privadas), a Prefeitura de Curitiba, a Assembleia Legislativa do Paraná e o Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (dentre as organizações públicas) e as organizações do terceiro setor TETO, ELO e CRU.

A coleta de textos institucionais dessas organizações está sendo realizada em diferentes plataformas, tanto nas mídias tradicionais (TV, boletins impressos, rádios) quanto novas mídias, especialmente em redes sociais online. Este recolhimento de textos institucionais antecede a análise de conteúdo na terceira fase.

A análise de conteúdo é a terceira fase do projeto. Para analisar os textos institucionais das organizações, serão determinadas categorias de análise através da observação e senso crítico. A análise, segundo Bardin (1977), se faz pela prática. Ou ainda, como Fonseca Júnior (2011, p. 280) defende, “no contexto dos métodos de pesquisa em comunicação de massa, a análise de conteúdo ocupa-se basicamente com a análise de mensagens”.

Com isso, para analisar o conteúdo é preciso passar por três fases: pré-análise, exploração do material e o tratamento dos resultados. A primeira fase, pré-análise, consiste na escolha dos documentos a serem analisados e levantamento de hipóteses sobre o resultado da análise. A exploração do material, segunda fase, diz respeito ao ato de observar as nuances que compõem o material em questão como a construção de informações, estilo de linguagem do texto etc. A última fase - o tratamento dos resultados - é a interpretação da análise para concluir o produto. É após esta última fase que a tipologia dos gêneros do texto institucional será elaborada.

MAPEAMENTO DO CORPUS DA PESQUISA

Devido à amplitude do campo de estudo da pesquisa foi necessário realizar um recorte para que o mapeamento e análise fossem realizados. Logo, o grupo envolvido na pesquisa optou por mapear textos de instituições paranaenses, objetivando o melhor acesso ao material de estudo.

A coleta dos materiais, que começou em outubro de 2018 e termina em junho de 2019, está sendo realizada em organizações dos três setores (privado, público e do terceiro setor). As instituições escolhidas no setor privado foram Renault, Madero e Grupo Marista. No segundo público, a Prefeitura de Curitiba, a Assembleia Legislativa do Paraná e o Tribunal de Justiça do Paraná. No terceiro setor foram elencados TETO, ELO E CRU. Entre os materiais coletados estão impressos, jornal mural, e-mails, informativo eletrônico, banner, manual de membro, mensagem de WhatsApp, textos de site, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube.

Ao iniciar o projeto, a pesquisa contava com três pesquisadores e cada um foi responsável pelo mapeamento de textos de um setor. Entretanto, ocorreram mudanças na equipe e três novos pesquisadores adentraram o projeto, havendo novas divisões de funções.

No setor privado, a escolha das três empresas se deu por serem grandes organizações brasileiras e por possuírem filiais em Curitiba e região metropolitana. O Madero é o representante da área do varejo e atua com no ramo da alimentação. Já a Renault é a representante da indústria e trabalha com fabricação de veículos

automobilísticos. O Grupo Marista abrange o setor de serviços, atuando na área educacional.

No setor público, a escolha se deu com base em um representante de cada poder: Executivo (Prefeitura de Curitiba), Legislativo (Assembleia Legislativa do Paraná) e Judiciário (Tribunal de Justiça do Paraná).

A escolha das instituições de terceiro setor se deu por serem de segmentos diferentes e por produzirem grande quantidade de material. O TETO é uma organização presente em mais de 19 países que trabalha pela defesa dos direitos de pessoas que vivem nas comunidades mais precárias, diminuindo sua vulnerabilidade, representando o segmento socioeconômico. ELO Apoio Social e Ambiental é uma associação que capacita adolescentes e jovens através da educação para ingressarem e permanecerem no mercado de trabalho, representando o segmento da educação. A CRU é um movimento internacional estudantil, com intenção de conectar pessoas a Jesus, promovendo reflexão espiritual no âmbito acadêmico, representando segmento religioso.

A seguir as tabelas com a segmentação dos materiais mapeados em cada setor.

Tabela 1: Textos mapeados em organizações privadas

ORGANIZAÇÕES PRIVADAS	COMUNICAÇÃO EXTERNA	COMUNICAÇÃO INTERNA
MADERO	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • LinkedIn • Youtube • Impressos 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Informativo eletrônico
RENAULT	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • LinkedIn • Twitter • E-mail • Impressos 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Jornal informativo
MARISTA	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • LinkedIn • E-mail • Impressos 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Jornal informativo • Jornal Mural

Fonte: Os autores, 2019.

Tabela 2: Textos mapeados em organizações públicas

ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS	COMUNICAÇÃO EXTERNA	COMUNICAÇÃO INTERNA
PREFEITURA DE CURITIBA	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • Twitter • Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • Twitter • Flickr • Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail
TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail

Fonte: Os autores, 2019.

Tabela 3: Textos mapeados em organizações do terceiro setor

INSTITUIÇÕES 3º SETOR	COMUNICAÇÃO EXTERNA	COMUNICAÇÃO INTERNA
TETO	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • Twitter • Flickr • Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Informativo eletrônico • Mensagem WhatsApp
CRU	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram • Youtube • Twitter • LinkedIn • E-mail • Impressos 	<ul style="list-style-type: none"> • E-mail • Apresentação ppt • Impressos • Mensagem WhatsApp • Newsletter
ELO	<ul style="list-style-type: none"> • Site • Facebook • Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Impressos • E-mail • Informativo eletrônico • Jornal Mural • Banners

Fonte: Os autores, 2019.

CONSIDERAÇÕES PROCESSUAIS

O texto institucional apresenta características específicas, que vão além das tipologias já definidas em gêneros como os do Jornalismo. Além disso, é notório que existem transformações ao longo do tempo, como em qualquer área de estudo, o que enfatiza a necessidade de uma classificação de gêneros e tipologias próprias do texto institucional, capaz de caracterizá-lo tanto para quem o escreve tanto para quem o lê.

Para estipular gêneros do texto institucional é necessário, em um primeiro momento, entender como se sucedeu essas classificações em textos com gêneros, formatos e tipos já definidos, como é o caso do Jornalismo e suas manifestações (na TV, rádio e Internet). Para isso, foi fundamental para o projeto a revisão de literatura e pesquisa bibliográfica, por meio dos quais textos de diferentes autores foram amplamente debatidos, afim de compreender como se dá a formação de um gênero textual.

A partir da pesquisa bibliográfica, é possível notar que é necessário a aplicação de diversos parâmetros e critérios para se caracterizar a tipologia de um gênero, o que será definido, posteriormente, como resultado final dessa pesquisa, para o texto institucional.

Além da pesquisa bibliográfica, foi realizado o mapeamento da comunicação interna e externa de organizações do primeiro, segundo e terceiro setor. Dessa forma, se pode observar a aplicação dos textos institucionais, para que se faça uma classificação coesa do meio.

Tendo em vista o apresentado, a expectativa é que a finalização desta pesquisa contribua para o meio acadêmico de forma que os conceitos estipulados gerem conhecimento e sirvam de material de estudo, proporcionando uma compreensão melhor a respeito do texto institucional e suas especificidades.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana; SILVA, Ana Carolina de Araújo. Infografia multimídia como gênero ciberjornalístico e suas possibilidades interativas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais...** . São Paulo: Intercom, 2018. v. 1, p. 1 - 14. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0593-1.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2018

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial**: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2006.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2.ed., 2011, p. 280-304.

GOLD, Miriam. **Redação empresarial**: escrevendo com sucesso na era da globalização. 3.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MELO, José Marques de. Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado da questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** . São Paulo: Intercom, 2009. p. 1 - 19. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0763-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

REIS, Clóvis. Taxonomia dos gêneros jornalísticos no rádio: proposta de uma nova tipologia. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 54, n. 32, p.51-70, 2010.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Gêneros e formatos jornalísticos na televisão brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** . São Paulo: Intercom, 2009. p. 1 - 16. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2018.

SALAVERRÍA, R.; CORES, R. Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. In: SALAVERRÍA, R. (org.). **Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2005, p. 145-185. Disponível em: <<http://dadun.unav.edu/handle/10171/7284>>. Acesso em: 12 out. 2018.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TEMER, Ana Carolina Pessôa. **Notícias e serviços**: um estudo sobre o conteúdo dos telejornais da Rede Globo. 2001. 339 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2001.