

## Os espaços de cena do Bom Dia São Paulo: temporalidades, discurso e ambiências no telejornalismo local paulistano

Edna de Mello Silva<sup>1</sup>

UNIFESP

**Resumo:** O objetivo do artigo é evidenciar as estratégias discursivas utilizadas pelo telejornal Bom Dia São Paulo (BDSP), produzido e exibido pela Rede Globo de Televisão, das 6h00 às 8h00 da manhã. Intensificando os recursos da oralidade, da instância do “ao vivo”, o ordenamento de fala e se projetando nos espaços de ambiência entre o estúdio e as ruas da cidade, o telejornal estreita seus laços com a comunidade a que se dirige. O corpus que dá base às análises é formado por duas edições do telejornal, com seleção intencional de amostragem, composto pela primeira edição do programa, exibido no ano de 1977, e uma edição do ano de 2019, momento atual do telejornal. Os resultados da pesquisa indicam que a primeira fase do telejornalismo local estava ancorada na figura do apresentador e atualmente as marcas são a mobilidade dos repórteres e a instância do “ao vivo”.

**Palavras-chave:** telejornalismo local; história do telejornalismo; Bom Dia São Paulo

---

<sup>1</sup> Professora da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Membro da Rede Telejor. Líder do GP Code/Unifesp e Vice-Líder do Nepjor/UFT. E-mail: [prof.ednamello@gmail.com](mailto:prof.ednamello@gmail.com).

## 1. Introdução

Em termos gerais, a atividade jornalística é uma prática de serviço público. O trabalho jornalístico possui uma função social que o legitima e ao mesmo tempo é oferecida como uma promessa. Para Medina (1982, p. 42), “os grandes traços da atividade jornalística e da função do jornalista estão na base da (sua) evolução histórica”. No entanto, é no texto que o jornalismo se concretiza e é através do relato que se instaura a mediação com a sociedade. As escolhas, as seleções de pauta, os enquadramentos da notícia, os temas das reportagens, a forma de contar os fatos, todos os elementos da construção da notícia expressam uma visada de mundo, um discurso dirigido a um público, a audiência presumida discutida por Vizeu (2005).

Se toda forma de relatar os acontecimentos se constrói como uma narrativa, é possível inferir que do outro lado há uma escuta, existe alguém disposto a acompanhar a história, a ouvir aquela versão dos fatos. Esse alguém é o público, o leitor, o espectador, o ouvinte... Uma audiência que nos dias atuais também se converteu em participativa.

Se o jornalismo é um serviço público, cada telejornal é um serviço para o público. Na grade de programação das emissoras de televisão, os telejornais se organizam por horários e pelo alcance (abrangência) desse público. Desta forma, há os telejornais locais (Praça TV) e os telejornais de rede (alcance nacional). Os telejornais locais, por definição, são os noticiários dirigidos a um público específico, uma determinada comunidade, definido pelas características geográficas, pelas aproximações culturais ou pelos aportes financeiros. Em vista disso, nas emissoras de televisão existem telejornais locais tanto com abrangência de regiões extensas ou de microrregiões.

O estudo que apresentamos neste trabalho tem como recorte de análise o telejornal Bom Dia São Paulo (Bom Dia Praça), chamado neste artigo de BDSPP, atualmente exibido pela Rede Globo de Televisão, das 6h00 às 8h00 da manhã, com alcance na Capital e na Grande São Paulo (Região Metropolitana). A partir das discussões despertadas pelo percurso histórico do telejornal, tentamos evidenciar as fases dos conceitos de telejornalismo local, no momento de sua estreia em 1977, e nos dias de hoje (2019), por meio da descrição do contexto tecnológico, da linguagem televisiva e da relação

com o público. O objetivo do artigo é discutir o sentido de “local” e a prática do jornalismo televisivo numa perspectiva histórica. Os resultados da pesquisa contaram com os procedimentos metodológicos da Análise de Narrativas Telejornalísticas que considera cada edição de um telejornal como elemento discursivo audiovisual composto por conteúdos textuais e imagéticos, chamados de visualidades e estratégias textuais. A seguir apresentamos as discussões suscitadas pela investigação.

## **2. Jornalismo de Serviço ao Jornalismo Social: o telejornalismo “para” o público e o telejornalismo “do” público**

Devido ao fato do jornalismo ser pautado pela prestação de serviço à comunidade, o termo jornalismo de serviço parece ser redundante. No entanto, a denominação, geralmente é utilizada para classificar o material jornalístico voltado para o esclarecimento do público, contendo informações consideradas de interesse para a comunidade ou que representam uma orientação aos cidadãos.

Na Classificação de Gêneros Jornalísticos proposta por Marque de Melo (2016), o formato de Serviço está integrado ao Gênero Utilitário, junto com os formatos Indicador, Cotação e Roteiro. Segundo o autor, o gênero Utilitário teria a função de “auxiliar nas tomadas de decisão cotidianas”.

No entanto, nesta reflexão tomamos por Jornalismo de Serviço a proposta de Diezhandino Nieto (1993) que ao analisar o conceito de *periodismo de servicio* destacou que não se trata apenas de oferecer informações de utilidade pública, mas sim que façam diferença para o público. Diz a autora:

O periodismo de serviço é a informação que traz ao receptor a possibilidade efetiva de ação e reação. Aquela informação, oferecida de forma oportuna, que pretende ser do interesse pessoal do leitor-ouvinte-espectador, que não se limita a informar sobre, mas para; que se impõe a exigência de ser útil na vida pessoal do receptor, psicológica ou materialmente, qualquer que seja o grau ou alcance dessa utilidade. A informação cuja meta deixa de ser oferecer dados circunscritos ao acontecimento e passa a oferecer respostas e orientação.<sup>2</sup>(tradução nossa). (DIEZHANDINO NIETO, 1993, p.124)

---

<sup>2</sup> [...] el periodismo de servicio es la información que aporta al receptor la posibilidad de efectiva acción y reacción. Aquella información, ofrecida oportunamente, que pretende ser del interés personal del lector-oyente-espectador; que no se limita a informar sobre sino para; que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esa utilidad. La infor-

Na análise desta autora (1993), a própria postura do jornalista em seu exercício profissional é alterada quando se trata do Jornalismo de Serviço. “Da atitude inicial arrogante “aqui tens as notícias de hoje: tome-as ou deixe-as” a uma mais modesta, [...] “aqui estão as notícias que pensamos que te interessariam, esperamos que vocês gostem”.(tradução nossa). (DIEZHANDINO NIETO, 1993, p.122)

Autry (1978, p. 11) enfatiza que há diferença no tratamento das notícias dentro do conceito de Jornalismo de Serviço em relação ao Jornalismo *Hard News*. Autry destaca que a proposta do trabalho jornalístico deve ser voltada para o interesse do leitor, e não para o interesse do jornalista. “[...] estamos cumprindo as necessidades e expectativas do leitor para uma publicação que ele considera não só necessária, mas vital em sua tomada de decisão e no processo de resolução de problemas [...]”.

Em síntese, a atuação do chamado do Jornalismo de Serviço implica em destacar para o leitor/espectador as informações que podem contribuir para o exercício de sua cidadania, a fim de que ele conquiste protagonismo nas relações sociais e econômicas, além de discutir os princípios norteadores das ações necessárias no sistema social. Sem dúvida alguma, há um forte princípio ordenador neste discurso, no entanto, percebe-se claramente que a motivação é a de incentivar um certo nível de emancipação no leitor/ouvinte/espectador, mesmo que num espaço hierarquizado.

Alicia Cytrynblum conceitua o Jornalismo Social como um *periodismo* que assume seu papel como protagonista dos processos sociais. Ela entende que é necessário colocar o tema social em igualdade de importância com os temas políticos e econômicos, oferecendo uma visão mais abrangente da sociedade “com a incorporação de novas fontes, investigar a busca de soluções e gerar perspectiva de direitos”. (CYTRYNBLUM ,2009, p. 73)

No chamado *periodismo social* o jornalismo vai além das denúncias do desrespeito aos direitos, ele investiga a solução do problema, as autoridades envolvidas nas propostas de soluções e sobretudo se preocupa em oferecer informação de qualidade aos leitores. No Jornalismo Social, para Cytrynblum (2009), ao buscar soluções, o jornalista

---

mación cuya meta deja de ser ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuestas y orientación . (original).

procura evidenciar as respostas das organizações públicas ou privadas, e ao fazê-lo revela o que não está sendo conduzido da forma adequada, o que pode levar a audiência a uma ação efetiva.

Llobet (2004) em suas pesquisas sobre o Jornalismo Social enfatiza que o jornalismo tradicional quando trata de temas relacionados a crises utiliza basicamente duas formas: um caso pontual com muito aprofundamento e interesse humano ou somente com estatísticas. Para autora, a partir do conceito de Cytrynblum, é possível elencar alguns critérios de noticiabilidade para a cobertura do Jornalismo Social. O primeiro seria o impacto da informação, de que forma a notícia afeta a população; o segundo, proximidade, ou seja, deve alcançar todos os lugares onde as comunidades estejam, o interesse particular de uma comunidade ou de comunidades; o terceiro, interesse humano, ou evidenciar as pessoas afetadas pelo processo, o que pensam, como reagem, o que desejam; o quarto, a importância, ou de que forma aquele direito afeta a população, se está relacionado a direitos básicos como segurança, transporte, saúde, educação, etc.

Outra diferença entre o Jornalismo Social e o tradicional é a participação efetiva do público, seja como fonte das notícias, seja com comentários. Nesse tipo de prática jornalística, o espectador/leitor/ouvinte assume um papel de protagonismo no processo da informação, seja pelo envio de pautas, seja comentando as notícias, o que foi potencializado pela cibercultura e a participação nas redes sociais.


## **2.1 - A primeira fase do telejornal BDSP: um modelo de telejornalismo de serviço**


O telejornal Bom Dia São Paulo entrou no ar em 19 de abril de 1977. Foi o primeiro telejornal local matutino na grade de programação da TV Globo São Paulo. Também foi o pioneiro no uso das UPJs – Unidades Portáteis de Jornalismo, contendo câmera, edição, iluminação e antena parabólica para transmissão que permitia entradas ao vivo no telejornal.

A primeira edição do BDSP foi transmitida às 7 horas da manhã de uma terça-feira. A abertura contou com uma visão da área externa do estúdio, uma vista do hoje chamado Elevado João Goulart (antigo Elevado Costa e Silva), conhecido popularmente

como “Minhocão”, uma importante via de acesso paulistana que liga o Centro à zona oeste da capital. O texto apresentado pelo locutor (off), tendo como BG o tema da vinheta do telejornal, lembrava a data de 19 de abril, os aniversariantes do dia, Getúlio Vargas e Manuel Bandeira e fazia menção à Santo Expedito (santo católico). O ponto alto da abertura foi a leitura do poema de Manuel Bandeira, “Irene no Céu”, acompanhada por lettering (cartela em roll) que ocupava a tela inteira do televisor. Veja no Quadro 1.

Quadro 1 – Destaque das Visualidades e dos Textos do BDSP – edição de 19/04/1977

Imagem	Texto/Off
	<p>Apresentador (off)- Bom dia São Paulo. Dezenove de abril de mil, novecentos e setenta e sete. Uma terça- feira de céu nublado promete um pouco de chuva e um pouco de frio. É dia de Santo Expedito, santos dos impossíveis. Alzira Vargas do Amaral Peixoto abriu assim a história do seu pai: Era uma vez um homem só. Getúlio Vargas, o enigmático solitário, que foi o centro da política nacional por um quarto de século estaria fazendo hoje 94 anos. Aniversário também de Manuel Bandeira. O poeta faria hoje 91 anos, se há oito não tivesse partido ao encontro de Irene.</p>
Imagem	Lettering

	<p>Apresentador- (off) Irene Preta Irene boa Irene Sempre de bem humor. Imagino Irene entrando no céu: - Licença, meu branco! E São Pedro Bonachão: - Entra, Irene, você não precisa pedir licença.</p>
---	---

Fonte: Elaboração da autora (a partir de captura de tela e transcrição de áudio)

A sequência do telejornal trouxe notas sobre o clima, (nota seca) sobre um incêndio, a captura de um macaco, o funcionamento dos trens e das linhas do metrô e uma entrada ao vivo, direto da Central de Operações do DSV (Departamento de Operação do Sistema Viário), falando sobre o trânsito e a mobilidade na capital. A entrada ao vivo durou 34 segundos e o repórter Sérgio Tastauger fez um breve relato no formato de *stand up* falando sobre o trânsito nas principais vias da cidade e de um acidente sem vítimas. O tom da narrativa informal estava presente nos textos lidos pelos apresentadores. Um exemplo foi a notícia sobre o tempo, em que a apresentadora (não identificada pelo GC), disse que: “O dia amanhece com o tempo instável, o que vale dizer que vem chuva, não muita, mas vem. A temperatura começa subindo, mas vai cair no fim da tarde, e mais ainda de noite.” Ressalta-se que foi a terceira vez que o telejornal apresentou uma nota sobre o tempo e que a locução da apresentadora tentava emprestar à voz um tom de cordialidade e de intimidade com o telespectador, como se fosse uma conversa em casa com os familiares.

Ainda nesta mesma edição do BDSJ, a repórter Sumika Yamasaki vai à casa da escritora Lygia Fagundes Telles e faz uma entrevista durante um café da manhã, que parece ser ao vivo. Lygia fazia aniversário naquele dia e a conversa com bastante informalidade foi conduzida ao redor de uma mesa posta com bules, xícaras, biscoitos e frutas. Lygia conversa com Sumika sobre seus livros, sua visão sobre o que é ser escritora, sobre o mercado editorial brasileiro, temas densos, porém num clima caseiro, bem

intimista, enquanto Sumika tranquilamente toma seu café e Lygia passa margarina num biscoito. (Fig. 1 e 2)



Figs. 1 e 2 – Entrevista durante café da manhã na casa de Lygia F. Telles – BDSJ 19/04/1977

A respeito da audiência presumida desta primeira edição do BDSJ, podemos inferir que se tratava de um público de classe média, acostumado com a leitura de livros (literatura brasileira) e que fazia uso do transporte particular, o automóvel. A abertura do telejornal, com menção a um poema de Manuel Bandeira, de certa forma, delimitava com clareza a quem se dirigia o telejornal, uma vez que não se tratava de um texto didático, não há muita contextualização sobre o que está sendo dito. Evidencia-se, desta forma, que os editores entendiam que o público saberia quem eram os personagens enumerados naquela apresentação: Alzira Vargas, Getúlio Vargas, Santo Expedito, Manuel Bandeira e “Irene”.

Em relação às personagens apresentadas nas notícias, não há participação de populares, ou depoimentos do tipo “povo fala”. Também não encontramos notas cobertas. Esta edição do telejornal ainda se assemelha muito ao telejornal falado da primeira fase do telejornalismo (SILVA, 2018). No entanto, a grande diferença se encontra na mobilidade da equipe de reportagem, que já conseguia fazer entradas ao vivo no telejornal. A escolha do local para a entrada ao vivo, o Centro de Operações do DSV, é um indicativo que para o telejornal a audiência tinha interesse nas informações de trânsito na cidade, sobretudo de automóveis particulares.



É importante assinalar também que a informalidade na tônica dos textos e na forma da repórter conduzir a entrevista com a escritora (Lygia Fagundes Telles) são registros da conduta editorial do telejornal, da “promessa” de se tornar mais um membro da família, durante o café da manhã cotidiano. É um contrato social com o espectador. Essas marcas discursivas são condizentes com a prática do Jornalismo de Serviço, que pretende antecipar as necessidades de sua audiência e contribuir para as tomadas de decisões durante o dia.

Em 1977, o sistema de transmissão das emissoras de televisão era o analógico, fazendo com que o alcance da emissão dependesse da distância entre a torre de transmissão do sinal e as antenas de recepção nas residências. Em vista disso, era comum haver falhas na recepção do sinal de TV e que certas regiões da cidade não fossem atingidas pelo sinal. As dificuldades de transmissão de sinal também dificultavam a entrada ao vivo a partir de lugares bem distantes das torres, tornando os links recursos diferenciados na programação do telejornal.



## **2.2 – O BDSP como Telejornalismo Social: um modelo de telejornalismo local**

Atualmente, as edições do BDSP foram estendidas, entram no ar às 6h da manhã e seguem até as 8hs, antecedendo o Bom Dia Brasil, o telejornal em rede. Sob o comando do apresentador Rodrigo Bocardí, com o trabalho de Glória Vanique, e os repórteres do telejornal matutino, o programa representa a vertente atual de telejornalismo local.

O estúdio atual do BDSP tem uma grande janela de onde se avista a Ponte Estaiada Octavio Frias de Oliveira e as avenidas das margens do Rio Pinheiros, na sede da TV Globo, na zona sul de São Paulo. Não há bancada e os apresentadores circulam, em pé, por um pequeno tablado, que contém uma estrutura de apoio para um notebook ou celular e duas grandes telas interativas. Os monitores permitem que os apresentadores interajam com toques na tela e sejam abertos menus de conteúdos sobre o trânsito, o clima, as redes sociais ou outros temas abordados no telejornal.

Na abertura do telejornal, a mobilidade dos repórteres é marcada com a participação do motolink<sup>3</sup>, da reportagem via helicóptero (Globocóptero), com os repórteres pelas ruas da cidade. A mobilidade da equipe, sempre com entradas ao vivo de diversos pontos da cidade e a interação, ao vivo, via rede social com o espectador são marcas do telejornal paulistano. Veja quadro 2.

Quadro 2 – Destaque das Visualidades e dos Textos do BDSP – edição de 23/04/2019

Imagem	Texto/Off
	<p>Apresentadora: Seis horas e um minuto. Estamos no ar com nosso Bom Dia São Paulo, já de carona com a motolink saindo aqui da TV Globo e pegando a Avenida Luis Carlos Berrini com o destino, com o destino que você quiser, que você mandar, porque assim é o nosso Bom Dia São Paulo, tudo ao vivo de carona também com o Globocóptero sobrevoando a Grande São Paulo nesta terça-feira, vinte e três de abril, faz vinte graus aqui na Capital.</p>
Imagem	Texto/Ao Vivo
	<p>Apresentadora- Tem mais uma pergunta aqui. “Tô fazendo faculdade, posso participar de processo seletivo de Jovem Aprendiz? ” (espectador nas redes sociais)</p> <p>Repórter – Desde que...</p> <p>Entrevistado – Então... A faixa etária do jovem aprendiz é de 14 a 24 anos, agora para quem está fazendo faculdade, o que a gente indica é o programa de Estágio, porque já é uma formação de nível superior.</p>

Fonte: Elaboração da autora (a partir de captura de tela e transcrição de áudio)

<sup>3</sup> Motolink é uma motocicleta equipada com tecnologia que permite transmissões ao vivo a qualquer momento e em qualquer parte da cidade, podendo contar com dois membros na equipe, condutor e auxiliar.

Nesta edição de 23/04/2019, a participação dos espectadores é bem marcada, seja pelo envio de vídeos denunciando problemas nos bairros, seja pelos comentários via redes sociais, ou no envio de vídeos para passagem de bloco: “O BDSP volta já”, um refrão que conquistou o público do telejornal e que motiva a gravação de vídeos pelos espectadores de cenas de sua vida privada como o afeto dos filhos, as festas de aniversário e reuniões das empresas, viagens etc.



Figs. 3 e 4 – Participação dos espectadores no BDSP – 23/04/2019

Outra grande marca do BDSP é a cobertura ao vivo. Os repórteres do telejornal circulam por toda a cidade, comprovando as denúncias feitas pelos espectadores, registrando flagrantes de desrespeito aos direitos sociais como falta de atendimento médico, problemas nas vias, atraso nos transportes públicos e todas as informações que giram em torno do interesse dos cidadãos. O telejornal também se preocupa com a procura de soluções para os problemas, por meio do acesso aos órgãos públicos numa atitude de cobrança por respostas às demandas, muitas vezes enfatizando contatos ao vivo com as autoridades, até mesmo por áudio de telefone celular. Muitas vezes o apresentador, Rodrigo Bocardí, manifesta-se discursivamente em nome da população, cobrando maior compromisso e decisões práticas do poder público.

A respeito da audiência presumida do telejornal podemos inferir que seja um público bem diversificado, que vão desde os moradores da periferia da cidade até os dos bairros mais privilegiados economicamente. A cobertura ao vivo, com a presença dos repórteres em diversas regiões da cidade, sempre conversando com a população, em-

presta dinamismo e uma experiência social diferente ao noticiário. A linguagem coloquial é um instrumento de aproximação com a audiência que retribui o contato por meio das redes sociais e nas entrevistas durante as entradas ao vivo.

Em tempos de jornalismo multiplataforma, é importante sinalizar que um mesmo telejornal conta com vários espaços cênicos na mesma edição. Cada ponto de entrada ao vivo, com a presença de um repórter, o cinegrafista ou o motolink, os vários pontos de emissão dos espectadores, além dos sistemas gráficos de monitoração de trânsito e temperatura, todos estes elementos juntos contribuem para a sensação da onipresença do telejornal em diversos espaços da cidade, ampliando os lugares de fala institucionalizados.

### **Algumas considerações**

Em tese, a prática do jornalismo é um contrato em nome do bem público. O telejornalismo local tem a responsabilidade de se aproximar do público a que se destina, estabelecendo um diálogo de confiança e parceria. Ao longo de seus 42 anos, o telejornal Bom Dia São Paulo vem renovando esse contrato com seu público, uma aliança que se fortalece a cada dia e se intensifica com a chegada das tecnologias que permitem interação ao vivo.

A primeira fase do BDSP pode ser considerada como uma prática de jornalismo de serviço, o que era plausível para época, uma vez que não havia muitas possibilidades tecnológicas de interação com o público. A própria ideia de uma reportagem externa e ao vivo ainda era novidade, sendo aos poucos absorvida pela rotina diária do noticiário televisivo. Um ponto chave da edição de estreia do telejornal foi a utilização de uma linguagem coloquial e um clima de “casa da gente”, considerando o informativo como algo que faria parte do cotidiano das pessoas, sem informalidade, numa tentativa de diminuir a distância entre o emissor e o receptor da informação.

Guardadas as devidas proporções, esse compromisso inicial foi renovado e elevado a uma alta potência com a incorporação das redes sociais no momento de apresentação do telejornal, como na edição de 2019. Neste tipo de jornalismo, é marcante a presença do espectador que além de ter voz nas ruas, como falantes durante as entradas

ao vivo ou nas reportagens, também tem voz no estúdio, por meio do envio de comentários e vídeos nas redes sociais. Toda essa potência de interação é muito incentivada no telejornal e se tornou o carro-chefe do noticiário. Por esse motivo, defendemos que se trata de uma modalidade de Jornalismo Social e não mais de um Jornalismo de Serviço.

A relação espacial e de temporalidade também mudou no telejornalismo. Se a transmissão analógica, do ponto de emissão ao ponto receptor ancorava um modelo de televisão de um para muitos, com o sistema digital há a ampliação de emissores, e a ampliação da temporalidade. Além da transmissão ao vivo ter sido ampliada, é possível para o telejornal efetuar entradas ao vivo de vários pontos da cidade, inclusive com a possibilidade de envio de material por parte dos espectadores. É um modelo de muitos para muitos. A sensação de ampliação temporal também é percebida devido aos espaços de consumo do telejornal, seja por meio da recepção de TV digital em telefones celulares, seja por acesso pelo aplicativo, seja pelo acesso por computadores, notebooks e tablets no portal da emissora ou pela presença dos apresentadores nas redes sociais, as diversas possibilidades permitem que o telespectador estenda o horário do telejornal para além de seu horário original de transmissão.

O percurso histórico deste telejornal local já se delineava desde sua primeira edição. Os momentos iniciais do programa, com suas lentes voltadas para o mundo exterior, já delineavam uma promessa, um projeto de se voltar para o outro, para olhar para o que estava fora do estúdio, de ser um telejornal da cidade. Esse compromisso se cumpriu de diversas formas e também se renova a cada dia. Porque o telejornalismo é antes de tudo um exercício de serviço, de cidadania e de mediação.

## Referências

AUTRY, James A. Service Journalism Versus Hard News Reporting. **Journal of Applied Communications**: Vol. 61: Iss. 3. 1978. <https://doi.org/10.4148/1051-0834.1902>. Disponível em: < <https://pdfs.semanticscholar.org/e29e/5abbd102f761efdd4648e5fd70b546ce24d3.pdf> >. Acesso em 20 jun 2019.

CYTRYNBUM, A. **Periodismo social**: una nueva disciplina. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

BOM DIA SÃO PAULO. Estreia (1977). Disponível em: <  
<https://www.youtube.com/watch?v=gBVpYIhULsQ>>. Acesso em 20 jun 2019.

BOM DIA SÃO PAULO. Café da manhã com Lygia Fagundes Telles. 19/04/1977. Disponível em: <  
<https://www.youtube.com/watch?v=VSfDy1mSGAQ>>. Acesso em 20 jun 2019.

BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 23/04/2019. Disponível em: <  
<https://globoplay.globo.com/v/7561218/programa/>>. Acesso em 20 jun 2019.

DIEZHANDINO NIETO, María Pilar. El «periodismo de servicio», la utilidad en el discurso periodístico. *AnAlisi*, 15, 1993, 117-125. Disponível em: <  
<https://core.ac.uk/download/pdf/13274804.pdf>>. Acesso em 20 jun 2019.

LLOBET, Liliana. Periodismo Social y Civico Nuevas Propostas. **Revista Temas de Comunicación**. nº 19, julho-dezembro de 2009, p. 59-78.

MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. DOI: 10.1590/1809-5844201613. **Intercom - RBCC** São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <  
<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>>. Acesso em 20 jun 2019.

MEDINA, Cremilda. **Profissão Jornalista**: responsabilidade social. São Paulo: Ed. Forense Universitária, 1982.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. Os jornalistas e a audiência: a hipótese da audiência presumida. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2005. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Intercom, 2005.

SILVA, E. M. Fases do Telejornalismo: uma proposta epistemológica. In: EMERIM, C.; COU-TINHO, I.; FINGER, C. **Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Insular, 2018.