



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

FERNANDA ALVES DE MENDONÇA

**WHATSAPP E A PRÁTICA DO JORNALISMO REGIONAL NAS REDAÇÕES
JORNALÍSTICAS DA TV ANHANGUERA E CBN TOCANTINS**

Palmas, TO

2024

Fernanda Alves de Mendonça

**WhatsApp e a prática do jornalismo regional nas redações jornalísticas da TV
Ananguera e CBN Tocantins**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT) para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade.

Orientadora: Prof. ^a Dr. ^a Thays Assunção Reis

Palmas, TO

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

A474w Alves de Mendonça, Fernanda.
WhatsApp e a prática do jornalismo regional nas redações jornalísticas da TV Anhanguera e CBN Tocantins. / Fernanda Alves de Mendonça. – Palmas, TO, 2024.
141 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, 2024.

Orientadora : Thays Assunção Reis

1. WhatsApp. 2. Jornalismo Regional. 3. TV Anhanguera. 4. CBN Tocantins. I. Título

CDD 302.2

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Fernanda Alves de Mendonça

**WhatsApp e a prática do jornalismo regional nas redações jornalísticas da TV
Ananguera e CBN Tocantins**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPCOMS/UFT). Foi avaliada para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelos orientadores e pela Banca Examinadora.

Data de aprovação: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Profa. Dra. Thays Assunção Reis, UFT
Orientadora

Profa. Dra. Thaísa Cristina Bueno, UFMA
Convida Externa

Profa. Dra. Liana Vidigal Rocha, UFT
Convida Interna

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus por seu infinito amor e misericórdia. Em oração pedi ao Senhor que me agracia-se com a oportunidade de me dedicar a algo novo e ampliar meus conhecimentos por meio do Mestrado, e assim o fez. Pedi a Deus que mesmo em meio aos momentos de tempestade, me desse forças para superar. E assim o fez.

Agradeço ao meu marido Marcílio Aragão por entender meus momentos de ausência e incentivar para que chegasse até aqui. Aos meus pais Jonas e Josélia pela sabedoria e incentivo. As minhas irmãs Luana e Patrícia, assim como meus sobrinhos Bernardo e João Vicente. Dedico esta vitória a todos vocês.

Ao Grupo Jaime Câmara pela permissão em realizar esta pesquisa acadêmica e a todos os gestores que me receberam bem e permitiram minha participação no dia a dia na redação. Aos jornalistas entrevistados, pois a participação de vocês foi fundamental.

Também agradeço aos que me socorreram nos momentos de dúvidas e tão gentilmente atenderam em momentos distintos: Nayna Peres, amiga desde o início da minha formação acadêmica em Jornalismo, em 2007; Maria do Carmo, minha professora no Ensino Médio e hoje colega de profissão; Ana Gabriella Regis; José Uendel; France Santiago e Kaliton Mota.

Na jornada acadêmica tive a grata surpresa em conhecer a Ana Kátia, minha confidente e auxiliadora. Compartilhamos nossos dramas na pesquisa e na vida pessoal. Agradeço a Deus pela sua vida.

A minha querida professora e orientadora Thays Assunção, mulher virtuosa. Agradeço pela paciência de todas as horas e a condução que deu a esta pesquisa, tornando tudo possível. E, principalmente por não desistir de mim.

A Ivonete Motta, então secretária de Comunicação, por ter me apoiado nesta importante jornada. Ao Hiago Muniz, pela ajuda nos momentos em que precisei conciliar trabalho e estudos. E aos demais colegas de trabalho que contribuíram para este momento.

Por fim, agradeço a mim mesma, por ter conseguido conciliar as minhas diversas versões, nem sempre de forma ideal, mas fazendo o possível sendo esposa, dona de casa, jornalista, gestora de equipes, filha, irmã, tia, pesquisadora e malabarista na vida. Sofri, mas venci.

RESUMO

Esta dissertação investiga a relação do aplicativo WhatsApp com o jornalismo, tendo como pergunta norteadora: como o WhatsApp tem sido utilizado na cobertura regional desenvolvida por veículos jornalísticos de Palmas? Para responder a esse questionamento, selecionou-se como objetos de análise a TV Anhanguera Tocantins, emissora de TV afiliada da Rede Globo, e a CBN Tocantins, emissora de rádio focada apenas no jornalismo. O objetivo geral é investigar como essas duas emissoras utilizam o aplicativo para o desenvolvimento do jornalismo regional na rotina produtiva. Tem-se como objetivos específicos: a) mapear o alcance de sinal e a cobertura jornalística das emissoras investigadas; b) observar como o WhatsApp está inserido no ambiente das duas redações estudadas; e c) conhecer as características da prática regional a partir da percepção dos jornalistas. O aporte teórico traz considerações sobre a relação da tecnologia com o jornalismo, a hipótese de Newsmaking, e as características do jornalismo regional e local. Para atingir os objetivos propostos, adotou-se três etapas metodológicas: 1) levantamento exploratório dos veículos jornalísticos de Palmas e de informações sobre o WhatsApp institucional; 2) observação sistemática nas redações da TV Anhanguera e na CBN Tocantins; e 3) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas que trabalham nas duas redações selecionadas para o estudo. Um achado importante e inédito no contexto local foi o mapeamento do WhatsApp institucional dos veículos jornalísticos em Palmas. Identificou-se 26 veículos que usam um número exclusivamente para a produção das notícias. Além deste, foi possível descobrir informações conhecidas apenas de forma oral pelos profissionais e sem registros acadêmicos. É o caso do mapa de cobertura jornalística das emissoras investigadas. Do ponto de vista da produção regional, constatou-se que o WhatsApp contribui significativamente para a redução dos deslocamentos para coberturas fora da cidade-sede dos veículos de comunicação, ao mesmo tempo em que fortalece o acesso e o contato com as comunidades remotas no interior do estado. Identificou-se ainda que o aplicativo está presente em todas as etapas de produção da notícia dos dois veículos. Existe uma clara dependência das redações em relação ao WhatsApp, ao facilitar os processos produtivos na arquitetura da notícia, aproximar as fontes e tornar o trabalho de apuração mais rápido. Por outro lado, o aplicativo sobrecarrega os jornalistas, que se veem mergulhados em um mar de informações e desinformação, além de evidenciar que o expediente não se encerra com a saída das redações, mas prolonga-se com a conectividade proporcionada pela internet e meios digitais.

Palavras-chave: WhatsApp, Jornalismo Regional, Tocantins, TV Anhanguera, CBN Tocantins.

ABSTRACT

This dissertation investigates the relationship between the WhatsApp application and journalism, with the guiding question being: how has WhatsApp been used in the regional coverage developed by news outlets in Palmas? To answer this question, TV Anhanguera Tocantins, a TV station affiliated with Rede Globo, and CBN Tocantins, a radio station focused solely on journalism, were selected as the objects of analysis. The general objective is to investigate how these two broadcasters use the application to develop regional journalism in their production routine. The specific objectives are: a) to map the signal range and news coverage of the stations investigated; b) to observe how WhatsApp is inserted into the environment of the two newsrooms studied; and c) to learn about the characteristics of regional practice from the journalists' perceptions. The theoretical framework includes considerations about the relationship between technology and journalism, the Newsmaking hypothesis, and the characteristics of regional and local journalism. To achieve the proposed objectives, three methodological stages were adopted: 1) an exploratory survey of Palmas news outlets and information on institutional WhatsApp; 2) systematic observation in the newsrooms of TV Anhanguera and CBN Tocantins; and 3) semi-structured interviews with journalists working in the two newsrooms selected for the study. An important and unprecedented finding in the local context was the mapping of the institutional WhatsApp of news outlets in Palmas. It identified 26 outlets that use a number exclusively for news production. In addition to this, it was possible to discover information known only orally by the professionals and without academic records. This is the case with the news coverage map of the broadcasters investigated. From the point of view of regional production, it was found that WhatsApp contributes significantly to reducing the need to travel to cover stories outside the media outlets' headquarters, while at the same time strengthening access and contact with remote communities in the interior of the states. It was also found that the app is present at all stages of news production for both outlets. There is a clear dependence of newsrooms on WhatsApp, as it facilitates the production processes in the news architecture, brings sources closer together and makes the work of investigating faster. On the other hand, the app overloads journalists, who find themselves immersed in a sea of information and misinformation, as well as showing that the workday doesn't end when they leave the newsroom, but is extended by the connectivity provided by the internet and digital media.

Keywords: WhatsApp, Regional Journalism, Tocantins, TV Anhanguera, CBN Tocantins.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Linha de tempo do WhatsApp.....	39
Figura 2 – Jornal Tocantins É e Jornal do Comércio.....	58
Figura 3 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Araguaína.....	70
Figura 4 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Palmas.....	71
Figura 5 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Gurupi.....	71
Figura 6 – Fluxo de mensagens no WhatsApp institucional da TV Anhanguera.....	81
Figura 7 – Fluxo de mensagens no WhatsApp da CBN Tocantins.....	91
Figura 8 – Exemplo de mensagem recebida pela CBN Tocantins no WhatsApp.....	92
Figura 9 – Exemplo de mensagens trocadas no grupo da CBN Tocantins.....	93

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Araguaína.....	73
Mapa 2 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Palmas.....	74
Mapa 3 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Gurupi.....	75
Mapa 4 – Área de cobertura jornalística da CBN Tocantins de Palmas.....	87
Mapa 5 – Área de cobertura jornalística da CBN Tocantins de Araguaína.....	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perguntas enviadas aos veículos jornalísticos mapeados em Palmas.....	20
Quadro 2 – Programação da observação sistemática.....	21
Quadro 3 – Jornalistas da TV Anhanguera e CBN Tocantins entrevistados.....	23
Quadro 4 – Principais recursos do WhatsApp.....	40
Quadro 5 – Levantamento do WhatsApp nas redações brasileiras (2009-2023)	43
Quadro 6 – Questões práticas na classificação de itens de notícias.....	48
Quadro 7 – Relação entre a Newsmaking e jornalismo regional.....	53
Quadro 8 – Veículos jornalísticos do Tocantins por microrregião.....	55
Quadro 9 – Veículos jornalísticos de Palmas.....	60
Quadro 10 – Utilização do WhatsApp pelos veículos jornalísticos de Palmas.....	62
Quadro 11 – Ano de criação do WhatsApp institucional.....	64
Quadro 12 – Divulgação do WhatsApp institucional.....	65
Quadro 13 – Retransmissão no WhatsApp institucional.....	66
Quadro 14 – Programação da TV Anhanguera Tocantins.....	72
Quadro 15 – Grupos da TV Anhanguera Tocantins no WhatsApp.....	82
Quadro 16 – Abrangência do sinal de rádio da CBN Tocantins.....	84
Quadro 17 – Programação regional da CBN Tocantins.....	85

LISTA DE SIGLAS

BDT	Bom Dia Tocantins
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBN	Central Brasileira de Notícias
GIFs	<i>Graphics Interchange Format</i>
GO	Goiás
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JA1	Jornal Anhanguera 1ª edição
JA2	Jornal Anhanguera 2ª edição
JTO	Jornal do Tocantins
MA	Maranhão
NEPJOR	Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia
OM	Ondas Médias
PIB	Produto Interno Bruto
PPGCom	Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade
QVT	Quero Ver Na TV
RIT	Rádio Independência do Tocantins
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SEI	Secretaria Especial de Informática
SMS	<i>Short Message Service</i>
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TO	Tocantins
UFT	Universidade Federal do Tocantins

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	18
2.1	Caracterização da pesquisa.....	18
2.2	Procedimentos técnicos.....	18
3 J	JORNALISMO E RECURSOS TECNOLÓGICOS	25
3.1	O desenvolvimento tecnológico e o fazer jornalístico.....	25
3.2	Da informatização das redações ao uso das tecnologias digitais.....	33
3.1	O advento do WhatsApp no fazer jornalístico.....	38
4	NEWSMAKING, JORNALISMO REGIONAL E O CENÁRIO DO TOCANTINS.....	46
4.1	<i>Newsmaking</i> e o jornalismo regional: perspectivas e diálogos.....	46
4.2	A constituição do jornalismo regional no Tocantins.....	53
4.3	Jornalismo em Palmas.....	58
4.3.1	O WhatsApp institucional nas redações palmenses.....	62
5	WHATSAPP NAS REDAÇÕES DA TV ANHANGUERA E CBN TOCANTINS.....	68
5.1	TV Anhanguera – Evoluindo com você.....	68
5.1.1	Rotina de produção da TV Anhanguera.....	75
5.1.2	WhatsApp na rotina de produção da TV Anhanguera.....	79
5.2	CBN Tocantins – a rádio que toca notícia.....	84
5.2.1	Rotina de produção da CBN Tocantins.....	89
5.2.2	WhatsApp na rotina de produção da CBN Tocantins.....	91
5.3	Percepções dos jornalistas da TV Anhanguera e CBN Tocantins sobre os usos do WhatsApp no jornalismo regional.....	93
5.3.1	Definição e prática do jornalismo regional.....	94
5.3.2	WhatsApp na produção de notícias regionais e a relação com as cidades do interior.....	101
5.3.3	Inserção do WhatsApp na rotina de trabalho.....	107
5.3.4	Vantagens e desvantagens do uso do aplicativo pelos jornalistas.....	110
5.4	Apontamentos.....	114
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	119
	REFERÊNCIAS.....	123

ANEXO A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	131
ANEXO B – Parecer consubstanciado do CEP.....	134
APÊNDICE A - Roteiro de Perguntas para cargos de chefia/comando da TV Ananguera e CBJ Tocantins.....	140
APÊNDICE B - Roteiro de Perguntas para repórter e produtos da CBN Tocantins e TV Ananguera.....	141

1 INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação regionais e seu jornalismo são vistos como elementos fundamentais para as comunidades que moram fora dos grandes centros do centro-sul do Brasil. São os responsáveis pela cobertura dos fatos mais próximos, aqueles que acontecem em uma microrregião, mesorregião, em um estado ou uma macrorregião, e interferem diretamente na vida cotidiana dos moradores que ali residem (Aguiar, 2016).

Como uma prática que extrapola os limites territoriais das sedes dos veículos e produz informação sobre outras cidades (Reis, 2018), o jornalismo regional sempre contou com o auxílio de recursos tecnológicos, como telégrafos e telefones, para cumprir essa missão. Mais recentemente, ele descobriu no WhatsApp uma nova maneira de acompanhar os acontecimentos em diversas cidades, desde as vizinhas até as mais distantes da região.

Apesar dessa possibilidade, o aplicativo sempre foi estudado nas pesquisas brasileiras de Jornalismo sob o viés da rotina produtiva nas redações. No levantamento de teses e dissertações sobre o uso do WhatsApp nos veículos jornalísticos (2009-2023) realizado para esta dissertação, percebeu-se que a principal preocupação dos pesquisadores era apenas conhecer os impactos da ferramenta no processo de apuração e produção da notícia. Mas nada se encontrou sobre a produção regional com o uso da ferramenta.

A partir deste cenário percebeu-se uma lacuna nos estudos em relacionar o jornalismo regional e o WhatsApp, motivando o interesse em investir essa aplicação ao contexto das redações de Palmas. O interesse em desenvolver este estudo também surgiu da própria experiência da pesquisadora utilizando o WhatsApp na prática laboral como repórter e editora, em dois veículos impressos e um site de notícias, todos sediados em Palmas, desde 2013. Com as redes sociais cada vez mais presentes na dinâmica de mercado, as empresas de comunicação também inseriram em seus cenários laborais as tecnologias de um modo geral. Algumas de forma pensada e estrategicamente, outras de forma instintiva, como na vivência da pesquisadora.

Dito isto, a pesquisa partiu da seguinte pergunta: Como o WhatsApp tem sido utilizado na cobertura regional desenvolvida por veículos jornalísticos de Palmas? Para responder a esse questionamento, selecionou-se como objetos de análise a TV Anhanguera Tocantins, emissora de TV afiliada da Rede Globo, e a CBN Tocantins, emissora de rádio focada apenas no jornalismo. Ambas estão sediadas em Palmas (TO), mas fazem parte do Grupo Jaime Câmara, localizado na cidade de Goiânia (GO). Optou-se por selecionar estes dois veículos por serem os que apresentam a melhor estrutura de trabalho (quantidade de profissionais e recursos

tecnológicos), e os que fazem uso do WhatsApp institucional. Esta pesquisa optou por não adotar uma hipótese para verificar o fenômeno investigado.

Tem-se como objetivo geral investigar como a TV Anhanguera e a CBN Tocantins utilizam o aplicativo WhatsApp para o desenvolvimento do jornalismo regional na rotina produtiva. Dentro desta proposta enumerou-se três objetivos específicos, são eles:

- a) Mapear o alcance de sinal e a cobertura jornalística das emissoras investigadas;
- b) Observar como o WhatsApp está inserido no ambiente das duas redações estudadas;
- c) Conhecer as características da prática regional a partir da percepção dos jornalistas.

Este estudo se justifica por investigar um assunto inexplorado no contexto brasileiro, que é a utilização do WhatsApp nas redações jornalísticas para a produção regional. Nas pesquisas no Banco da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), conforme dito anteriormente, identificou-se apenas trabalhos sobre o uso do WhatsApp na rotina produtiva, mas nenhum voltado para o tema proposto. Desse modo, este estudo mostra-se necessário e relevante por avançar nas discussões científicas em torno do fazer jornalístico regional no Brasil.

Somado a isso, esta pesquisa, estuda um universo, em termos espaciais, carente de estudos sobre o WhatsApp – o Tocantins. Tanto nos repositórios nacionais quanto no da própria Universidade Federal do Tocantins (UFT) verificou-se que até janeiro de 2024, apenas duas dissertações abordavam o WhatsApp na Comunicação. Isso confirma que pouco se sabe ainda sobre a ferramenta no estado a nível comunicacional e quanto há por pesquisar sobre suas potencialidades.

Cabe destacar que das dissertações encontradas no PPGCom da UFT, uma teve como objetivo a análise da desinformação no WhatsApp durante a campanha eleitoral de 2018, da pesquisadora Glês Cristina do Nascimento. Mesmo utilizando o aplicativo como objeto, a pesquisa não centrou, propriamente no aplicativo, apenas na análise de conteúdos recebidos no aplicativo para identificar a tipologia dessas informações falsas. A segunda dissertação localizada no banco de dissertações do PPGCom da UFT relacionado ao WhatsApp centra sua análise em entender sobre a utilização do aplicativo dentro da rotina de apuração de notícias e na construção de pautas para o telejornal Balanço Geral, da pesquisadora Hérica Rocha Borges Feitosa, em 2023.

Esta pesquisa também contribui com a linha de pesquisa no qual está inserido: Jornalismo, Mídias e Cultura, ao qual se dedica em entender um determinado fenômeno

comunicacional, o uso do WhatsApp pelo jornalismo, em diversas dimensões, além de estar inserido na abordagem dos estudos de mídia com as tecnologias. Percebeu-se que o aplicativo possui um claro potencial de transformação e readequação do jornalismo e, ter um recorte inédito dois veículos de comunicação no Tocantins, contribuirá para a ampliação de pesquisas no âmbito do PPGCom/UFT sobre fenômenos vistos na área da comunicação, mas com recorte para as práticas em âmbito regional.

Somando a estes pontos, esta investigação envolve tecnologia e jornalismo, buscando entender como os jornalistas usam o WhatsApp na produção de notícias, engajamento com a audiência e se tem favorecido a prática jornalística regional em Palmas e no estado do Tocantins.

Acredita-se que este trabalho contribui para entender como o WhatsApp tem melhorado a prática regional do jornalismo, fazendo com que os veículos da capital possam estabelecer contato com as cidades mais distantes do interior do Tocantins. Com redações mais enxutas e menos recursos para o desempenho de atividades tradicionais no jornalismo, o aplicativo se mostra um recurso importante para driblar as dificuldades de deslocamento e contribuir com processos produtivos, além de transformar a audiência em um público mais participativo e colaborativo. O reflexo poderá ser visto na sociedade, ao ter novamente na imprensa um referencial de credibilidade e verdade.

A dissertação está estruturada em cinco capítulos, além da introdução e considerações finais. No capítulo dois, Caminhos Metodológicos, demonstra-se a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, tendo a seguinte classificação: de natureza básica, pois gera novos conhecimentos e abre possibilidades de investigação da relação do jornalismo e o WhatsApp; abordagem qualitativa, pois busca compreender os significados das ações humanas; descritiva e explicativa (objetivos), pois observa, registra, descreve os fatos observados e explica os porquês das coisas e suas causas. Os caminhos metodológicos percorreram três etapas: 1) levantamento exploratório dos veículos jornalísticos de Palmas e de informações sobre o WhatsApp institucional; 2) observação sistemática nas redações da TV Anhanguera e na CBN Tocantins; e 3) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas que trabalham nas duas redações selecionadas para o estudo.

No terceiro capítulo, Jornalismo e Recursos Tecnológicos, discute-se o papel das tecnologias como suporte da produção jornalística. Para isso, apresentam-se as primeiras tecnologias utilizadas pelo jornalismo, em seguida o advento dos dispositivos digitais e como isso reconfigurou a forma de se fazer jornalismo. A partir da apresentação de obras de autores referência no assunto, é apresentada a relação das tecnologias com a instantaneidade e a busca

pelo ineditismo das notícias. Também é apresentado o aplicativo WhatsApp, como funciona, e seu uso das redações jornalísticas em outros países e no Brasil. Este capítulo conta ainda com dados coletados durante a modelagem do estado de arte desta pesquisa a respeito das pesquisas acadêmicas sobre o tema.

O quarto capítulo, intitulado Newsmaking, Jornalismo Regional e o Cenário do Tocantins, dedica-se ao jornalismo regional e as especificidades do fazer jornalístico no estado do Tocantins. São apresentadas as configurações atuais da prática jornalística em Palmas, capital do estado e local de realização da pesquisa. Apresenta-se o mapeamento dos veículos em atuação em Palmas e as informações sobre a institucionalização do WhatsApp em suas redações.

No capítulo cinco, WhatsApp nas redações da TV Anhanguera e CBN Tocantins, são apresentados o histórico, estrutura e funcionamento da TV Anhanguera Tocantins e CBN Tocantins. Além disso, são descritos os resultados obtidos a partir das observações sistemáticas nas duas redações e as entrevistas com os jornalistas.

2 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são apresentados os caminhos escolhidos para a realização da pesquisa, que possui como problema a seguinte questão: Como o WhatsApp tem sido utilizado na cobertura regional desenvolvida por veículos jornalísticos de Palmas?

Para solucionar esse problema percorreu-se três etapas: 1) levantamento exploratório dos veículos jornalísticos de Palmas e de informações sobre o WhatsApp institucional; 2) observação sistemática nas redações da TV Anhanguera e na CBN Tocantins; e 3) entrevistas semiestruturadas com os jornalistas que trabalham nas duas redações selecionadas para o estudo. Esses passos serão apresentados de forma mais detalhada no decorrer do capítulo.

Antes disso, é descrito o tipo de pesquisa adotado nesta dissertação, sendo de natureza básica, abordagem qualitativa e com objetivo descritivo e explicativo.

2.1 Caracterização da pesquisa

Existem variadas formas de classificar as pesquisas científicas, mas as clássicas, conforme Cleber Cristiano Prodanov e Ernani Cesar de Freitas (2013), estão divididas do ponto de vista da sua natureza (básica e aplicada), quanto à forma de abordagem (quantitativa e qualitativa), do ponto de vista de seus objetivos (exploratória, descritiva e explicativa), quanto aos procedimentos técnicos (bibliográfica, documental e experimental). Acrescenta-se ao método de abordagem a do tipo quanti-qualitativa (Kochhann, 2021).

Este trabalho é de natureza básica, pois gera novos conhecimentos e abre possibilidades de investigação da relação do jornalismo regional no Tocantins é uma ferramenta tecnológica/digital, o WhatsApp. Quanto à abordagem, adotou-se a qualitativa, pois busca compreender os significados das ações humanas. Esse tipo de abordagem “lida com o universo da subjetividade, das motivações e elementos pessoais de alguém que, naquele momento, participa da pesquisa” (Martino, 2018, p. 99).

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é classificada como descritiva e explicativa. No primeiro ponto, enquadra-se como descritiva, pois observa, registra e descreve os fatos observados sem que ocorra interferência neste processo (Kochhann, 2021). Descreve-se as características da TV Anhanguera e CBN Tocantins (histórico e quadro atual). É explicativa, pois busca explicar os “porquês das coisas e suas causas, por meio do registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fenômenos observados” (Kochhann, 2021, p. 53).

2.2 Procedimentos técnicos

A respeito das etapas de coleta de dados, a **primeira** delas compreendeu a realização de

um mapeamento para identificação dos veículos jornalísticos sediados em Palmas e quais usam WhatsApp na produção de notícias. O objetivo é trazer maior familiaridade com o problema de pesquisa para torná-lo mais claro. Para Gil (2008), o levantamento exploratório proporciona três vantagens na pesquisa científica: conhecimento direto da realidade, economia e rapidez, e quantificação.

Este levantamento, de caráter exploratório, ocorreu em três etapas: a primeira foi realizada ao longo do semestre de 2022, a fim de traçar um panorama dos veículos jornalísticos em atuação na cidade e definir os objetos da pesquisa; a segunda, de 15 de dezembro de 2022 a 28 de janeiro de 2023, necessária para a atualização das informações obtidas na primeira etapa, bem como a consulta a novas fontes de informação que permitiram a ampliação do número de veículos listados; e a terceira buscou identificar os veículos com WhatsApp institucional, ou seja, aquele usado exclusivamente no ambiente das redações e para fins de trabalho, e em sua maioria, acessado por mais de uma pessoa. Esta última etapa foi realizada com o intuito de traçar um panorama da presença do WhatsApp nos meios da capital, e servir como parâmetro para a seleção dos objetos empíricos da pesquisa.

No primeiro momento, realizou-se a busca pelos veículos a partir de pesquisas pela internet utilizando os três principais buscadores disponíveis: Google, Bing e Yahoo. Também se utilizou o *mailing* pessoal da pesquisadora, obtido para fins de trabalho. Identificou-se a presença de cinco emissoras de TV, dez rádios, três jornais impressos e 39 sites de notícias.

De posse desses dados, a ideia inicial era selecionar ao menos, dois veículos de cada mídia (TV, rádio, impresso e digital) para o desenvolvimento do estudo. Concluiu-se que a amplitude da quantidade de objetos a serem estudados tornaria a execução da pesquisa inviável, em razão do tempo disponível para conclusão exigida na pós-graduação, e da própria limitação da extensão dos fenômenos alvos de um trabalho científico. Optou-se por seguir a abordagem realizada em outros estados brasileiros por pesquisadores que estudaram, no máximo, dois objetos empíricos. A título de ilustração, pode-se citar a tese de Luã José Vaz Chagas (2019) sobre a seleção das vozes na construção das notícias na BandNews e na CBN, e a tese da pesquisadora Patrícia Pivoto Specht (2019) sobre o WhatsApp na participação da audiência e reconfiguração da produção da notícia nos jornais Extra e Diário Gaúcho.

Desse modo, estabeleceu-se os seguintes critérios de seleção (inclusão) dos veículos a serem estudados: aqueles com melhores estruturas operacionais (número de profissionais na redação, acesso à internet, equipamentos, recursos tecnológicos, etc) e os que fazem uso do WhatsApp institucional. A TV Anhanguera e a CBN Tocantins atenderam aos dois critérios e, por isso, foram as emissoras escolhidas para o desenvolvimento do estudo.

Na etapa seguinte, deu-se continuidade ao mapeamento a partir de outras fontes. O intuito foi ampliar os dados já obtidos e conseguir ter um cenário o mais próximo possível da realidade. Consultou-se então: o Mapa da Mídia do Tocantins (Nepjor/UFT,2020), o Atlas da Notícia (Projor, 2022), sites de buscas e *mailing* pessoal de colegas jornalistas. Como resultado, registrou-se um total de 58 veículos jornalísticos ativos em Palmas em 2023.

Com base nesse número de veículos, passou-se para a etapa de levantamento das informações sobre o WhatsApp institucional dentre os 58. Inicialmente, realizou-se uma filtragem descartando os especializados e com características de blog. A exceção foi do Blog do HP, pois apenas recebe o nome de blog, mas é um site de notícias. Apesar da rádio Capital FM entrar na contagem dos veículos analisados, foi excluída da classificação quanto ao uso perfil institucional, pois verificou-se a falta de programação jornalística, constatado apenas após o envio das perguntas. Foram excluídos os sites das rádios por serem um meio complementar de divulgação das notícias do principal, bem como a TV web, pois está inserida numa rede social. Com a aplicação dos critérios, desconsiderou-se dez veículos para o envio das perguntas.

As emissoras de rádio com conteúdo misto (comercial e com programação jornalística) foram consideradas no mapeamento dos veículos, apesar dos programas de jornalismo serem produzidos de forma terceirizada. A inclusão levou em consideração o fato do número do WhatsApp dessas rádios ser aberto para receber sugestões de pautas. Ao final deste processo, chegou-se ao número de 48 veículos jornalísticos selecionados para a pesquisa sobre a utilização do WhatsApp institucional. Na sequência, foram enviados para esses meios de comunicação nove perguntas, por e-mail, no intervalo de 09 a 28 de janeiro de 2023. Obteve-se ao final um total de 36 respostas, analisadas e apresentadas detalhadamente no capítulo 4. As questões encaminhadas estão descritas abaixo no Quadro 1.

Quadro 1 - Perguntas enviadas aos veículos jornalísticos mapeados em Palmas

- 1) Utilizam um número de WhatsApp institucional (perfil exclusivo do veículo)?;
- 2) Caso sim, confirme o número e em que mês/ano introduziram o WhatsApp institucional?
- 3) Caso não possuam número institucional, qual é o contato de WhatsApp utilizado na rotina produtiva e quem é o dono do perfil (nome e função)?;
- 4) Caso utilizem número institucional, quantas pessoas têm acesso para administrar as mensagens?
- 5) Caso utilizem número institucional, como ocorre este uso, apenas para receber informações ou utilizam para apurar notícias ao trocarem mensagens com o público?
- 6) Caso utilizem número institucional, ele é divulgado publicamente?;
- 7) Caso utilizem número institucional, o uso pelo público é incentivado por este veículo? Como isso ocorre?
- 8) Caso tenham número institucional, o utilizam para divulgar as notícias que são apuradas pela reportagem? A exemplo de grupos, lista de transmissão? Caso sim, detalhe como funciona essa estratégia de divulgação.
- 9) Qual é a data de criação/surgimento deste veículo?

A **segunda** etapa compreendeu a observação sistemática nas redações da TV Anhanguera e na CBN Tocantins. Martino (2018) considera que a observação oferece maior riqueza do que a observação distante. “Participar do cotidiano permite conhecer detalhes que certamente escapariam de alguma outra maneira” Martino (2018, p. 138).

A observação sistemática realiza-se em condições controladas para responder a propósitos preestabelecidos, conforme descrito por Lakatos, Marconi (2017). “O observador sabe o que procura e o que carece de importância (...) deve ser objetivo, reconhecer possíveis erros e eliminar sua influência sobre o que vê ou recolhe” (Lakatos e Marconi, 2017, p. 227).

Barros e Duarte (2005) afirmam que o observador deve estar atento ao seu papel no grupo, observar e saber também que está sendo observado. Uma ressalva sobre este método é que a simples presença do pesquisador pode alterar a rotina do grupo e mudar o comportamento habitual das pessoas.

O problema foi minimizado pelo fato de a pesquisadora conhecer parte dos profissionais e ter feito parte do Grupo Jaime Câmara por sete anos, nas redações do Jornal do Tocantins e Jornal Daqui, ambos funcionando no mesmo prédio da Anhanguera e CBN Tocantins. Mesmo com a familiaridade, profissionais recém-integrados ao Grupo demonstraram um certo estranhamento e chegaram a considerar a presença da pesquisadora como sendo nova contratada da empresa, pois a chefia de redação não informou formalmente sobre a realização do estudo.

A observação sistemática na TV Anhanguera foi realizada em três horários diferentes, pois a escala de trabalho é distribuída em três turnos. Na CBN Tocantins foram apenas pela manhã e tarde, pois não há expediente dos jornalistas no período da noite (Quadro 2).

Quadro 2 – Programação da observação sistemática

Veículo observado	Data da observação	Período de observação
TV Anhanguera	16 de maio	Manhã
CBN Tocantins	17 de maio	Manhã
CBN Tocantins	22 de maio	Manhã
TV Anhanguera	22 de maio	Noite
TV Anhanguera	23 de maio	Manhã
TV Anhanguera	24 de maio	Tarde
CBN Tocantins	26 de maio	Manhã
TV Anhanguera	26 de maio	Manhã
CBN Tocantins	27 de maio	Manhã
TV Anhanguera	27 de maio	Manhã

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os dois primeiros dias contemplaram um pré-teste em cada redação para possíveis ajustes necessários na condução da observação. Também se escolheu um sábado, pois a rotina de produção muda em razão de ser final de semana. Dentro do ambiente da redação, a pesquisadora orientou seu olhar para os seguintes aspectos: a) a dinâmica de funcionamento da redação; b) a utilização do WhatsApp na produção de notícias regionais. A partir deles, todas as informações encontradas foram registradas de imediato, à mão, em um diário de campo de papel, e transcritas posteriormente para o computador. O instrumento escolhido é um espaço para a anotação de comentários, dúvidas e as impressões surgidas (Martino, 2018). É a memória da observação.

A coleta de dados também contemplou a observação do material que chegou até o número institucional da TV Anhanguera e CBN Tocantins, bem como o tratamento dado a estas informações para conseguir traçar o caminho em que passam essas mensagens. Ressalta-se que, em razão da política de proteção de dados dos veículos, não foi possível inserir as conversações da TV Anhanguera, mas apenas dois exemplos da CBN Tocantins, com autorização da coordenadora. As capturas de tela estão inseridas no capítulo 5 como forma de exemplificar as conversações.

Durante a observação sistemática, a pesquisadora também entrou em contato com os departamentos comerciais das emissoras investigadas para conseguir as informações da cobertura do sinal. Essa etapa ocorreu em maio de 2023. Em janeiro de 2024 um novo contato foi realizado para identificar alguma mudança nas informações, porém os dados se mantiveram iguais.

A **terceira** etapa compreendeu a realização das entrevistas semiabertas, também conhecidas como semiestruturadas, pois, proporciona o desenvolvimento das ideias do entrevistado e propõe tópicos paralelos que não foram considerados pelo entrevistador, mas podem enriquecer a pesquisa (Martino, 2018).

As entrevistas foram realizadas com dez jornalistas, sendo sete jornalistas da TV Anhanguera e três da CBN Tocantins (Quadro 3). Para a seleção dos entrevistados nos dois veículos, utilizou-se como critérios de inclusão e exclusão: formação em jornalismo e função. Descartou-se os profissionais que atuavam como jornalistas, mas que não concluíram o curso de graduação, e dentro do filtro da função, considerou-se os com cargo de comando. No caso específico dos repórteres da TV, entrevistou-se um com mais tempo de casa e outro com menos tempo. O objetivo foi captar as informações sobre a utilização do WhatsApp dentro da redação em um período mais extenso e também o contrário dessa prática.

Quadro 3 –Jornalistas da TV Anhanguera e CBN Tocantins entrevistados

Nome	Função	Veículo	Formação
Noira Botelho	Chefe de produção	Tv Anhanguera	Jornalismo
Igor Pires	Chefe de produção	Tv Anhanguera	Jornalismo
Jocyelma Santana	Editora-chefe e âncora	Tv Anhanguera	Jornalismo
Ana Paula Rehbain	Repórter com mais tempo de casa	Tv Anhanguera	Jornalismo
Kaliton Mota	Repórter com menos tempo de casa	Tv Anhanguera	Jornalismo
Nayna Peres	Produtora	Tv Anhanguera	Jornalismo
Luciente Marchesini	Produtora	Tv Anhanguera	Jornalismo
France Santiago	Coordenadora e âncora	CBN Tocantins	Jornalismo
Ana Gabriella Regis	Repórter	CBN Tocantins	Jornalismo
José Uendel	Produtor e repórter	CBN Tocantins	Jornalismo

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

As entrevistas foram realizadas presencialmente de 6 de julho a 12 de setembro, conforme a disponibilidade na agenda dos jornalistas. Os locais foram escolhidos pelos entrevistados, sendo realizadas nas instalações das emissoras. Houve apenas uma exceção, pois a jornalista Luciane Marchesini optou por conceder as informações fora do ambiente da TV Anhanguera. Durante os encontros foi solicitado aos entrevistados assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFT (Anexos A e B). Todas as conversas foram gravadas por celular para serem transcritas e analisadas posteriormente.

As transcrições foram feitas pelo próprio WhatsApp, com o *bot* Viratexto. Esse programa capta e transcreve áudios. Para isso foi necessário salvar o número de telefone (31) 97228-0540 na agenda do celular e iniciar a conversa pelo WhatsApp e enviando cada áudio desejado. Como o programa só transfere áudios de até 4 minutos, foi necessário transcrever manualmente os que ultrapassaram o tempo, além da revisão completa de todas as transcrições feitas pelo *bot*, pois não reconheceu algumas palavras.

Além disso, as entrevistas foram conduzidas a partir de um roteiro composto por 17 perguntas para cargos de chefia/comando das emissoras (Apêndice A), e 15 perguntas para repórteres e produtores da CBN Tocantins e TV Anhanguera (Apêndice B). As questões compreenderam as opiniões dos jornalistas sobre o conceito de jornalismo regional, como é realizada a produção de notícias regionais, papel do WhatsApp nesse processo, cidades do interior mais pautadas, como acontece a seleção das informações que chegam pelo aplicativo, e os prós e contras desta usabilidade.

Com base nas respostas dos entrevistados, organizou-se a análise das informações em

quatro eixos temáticos: a) definição e prática do jornalismo regional; b) WhatsApp na produção de notícias regionais e a relação com as cidades do interior; c) inserção do WhatsApp na rotina de trabalho; e d) as vantagens e desvantagens do uso do aplicativo pelos jornalistas.

Apresentado o percurso metodológico, no próximo capítulo estão descritas a relação do jornalismo com as tecnologias, os primórdios desta combinação, a informatização das redações e o uso das tecnologias digitais, bem como a inserção do WhatsApp no fazer jornalístico.

3 JORNALISMO E RECURSOS TECNOLÓGICOS

O objetivo deste capítulo é discutir o papel das tecnologias como suporte da produção jornalística. Para isso, são apresentadas as primeiras tecnologias utilizadas pelo jornalismo, em seguida o advento dos dispositivos digitais e como isso reconfigurou a forma de se fazer jornalismo. A partir da apresentação de obras de autores referência no assunto, é mostrada a relação das tecnologias com a instantaneidade e a busca pelo ineditismo das notícias.

Também é apresentado o aplicativo WhatsApp, como funciona, e seu uso nas redações jornalísticas no Brasil e em outros países. A partir da apresentação das ideias desses pesquisadores, pretende-se demonstrar o impacto do desenvolvimento tecnológico no jornalismo.

3.1. O desenvolvimento tecnológico e o fazer jornalístico

O desenvolvimento das tecnologias está ligado ao próprio progresso da sociedade, impulsionado por ela e a modificando. Estão presentes desde as tentativas iniciais do homem em representar ações e registrá-las aos demais. Segundo Felipe (2012), a linguagem verbal (signos linguísticos), e a linguagem não verbal (pinturas, gravuras, esculturas etc.) podem ser consideradas como as primeiras e principais tecnologias desenvolvidas pelo homem.

Essas tecnologias, conforme o autor, surgem a partir da necessidade da humanidade de registrar e transmitir informações em virtude do crescimento dos indivíduos e a complexidade de suas relações em sociedade. “[...] As tecnologias possibilitaram o remanejamento, ou seja, a locomoção do conhecimento registrado” (Felipe, 2012, p. 17).

Fora esse entendimento, Donald Mackenzie e Judy Wajcman (1985) apresentam outra explicação sobre a tecnologia. Os autores consideram o termo escorregadio, não existindo clareza de seus limites com a ciência, arte ou a economia, além das mudanças de um período histórico para outro proporcionarem alterações desses limites. Os autores propõem uma reflexão a partir das relações com formas, estruturas, relações e conteúdos simbólicos. Para trazer mais clareza nesta busca por significados, classificam o termo a partir de três definições: conjunto de objetos físicos, atividades humanas e conhecimento.

[...] a palavra ‘tecnologia’ tem pelo menos três camadas diferentes de significado. No mais básico nível, ‘tecnologia’ refere-se a **conjuntos de objetos físicos** - para carros, ou tornos, ou aspiradores de pó ou computadores [...]. Um objeto como um carro ou um aspirador de pó é apenas uma tecnologia, em vez de um pedaço arbitrário de matéria, porque forma parte de um de atividades humanas. Um computador sem programas e programadores é simplesmente uma coleção inútil de pedaços de metal, plástico e silício. Portanto, ‘tecnologia’ refere-se a **atividades humanas** [segundo significado], bem como a objetos. Em terceiro lugar, a tecnologia refere-se ao que as

peças sabem e ao que fazem. Tecnologia é **conhecimento** [...] As coisas tecnológicas não têm sentido sem o 'know-how' [saber-fazer] para usá-las, consertá-las, projetá-las e fazê-los (Mackenzie, Judy Wajcman, 1985, p.3, grifo nosso).

Trazendo para o contexto do jornalismo, o uso das tecnologias e seus efeitos podem ser pensados pela lógica de três aspectos, como classifica Franciscato (2007): **efeitos da tecnologia sobre a transmissão de conteúdos jornalísticos; sobre os modos de produção da notícia; e nas possibilidades de o jornalista manejar as tecnologias.**

No primeiro efeito, a transmissão sofre influência direta dos transportes, responsáveis por uma importante transformação do modo de se produzir notícias e divulgá-las, isso ainda iniciado no século XVII. Na análise de Franciscato (2007), a evolução dos transportes seguiu um longo processo até as opções tecnológicas disponíveis na atualidade. Sua influência está na redução do intervalo de tempo nos deslocamentos para fazer uma informação ou notícia chegarem de um ponto a outro, além de introduzirem “novos modos de formatação do conteúdo adequados aos respectivos suportes de transmissão, sendo a digitalização e a comunicação por rede manifestações deste processo na transição para o século XXI” (Franciscato, 2007, p.19).

Franciscato (2007) considera que a revolução nos sistemas de transmissão de informações ampliou a velocidade e a quantidade de dados em circulação e introduziu novas alternativas para sua transmissão. O autor insere neste grupo, como parte das primeiras experiências na sociedade moderna, o melhoramento dos serviços postais, introdução do telégrafo e do telefone.

Algumas dessas inovações nos transportes e transmissão de informações estiveram inseridas em importantes momentos da história das sociedades ocidentais entre os séculos XVII e XIX, como as revoluções Comercial, Científica e Industrial, como explica Franciscato (2007):

Consideramos que um modo necessário de perceber os efeitos da tecnologia sobre o jornalismo é identificar como fatores de ordem técnica estabeleceram possibilidades e limitações no tempo da produção jornalística. Aspectos tecnológicos condicionaram o ritmo e a velocidade da produção em diferentes épocas do desenvolvimento do jornalismo. Este condicionamento não se resume a uma ideia contemporânea de produtividade e eficiência, mas se refere principalmente às possibilidades que os incipientes recursos técnicos estabeleciam para que a produção pudesse mesmo cumprir suas etapas, sua regularidade de circulação e sua busca de garantir o caráter recente das notícias (Franciscato, 2007, p. 48)

A Revolução Industrial é resultante das revoluções Comercial e Científica, e teve impacto na sociedade da época, com reflexo direto na comunicação. “Ela trouxe o vapor, os trens, o telégrafo, a popularização dos correios, o surgimento dos cartões postais, a eletricidade, a fotografia, a gravação sonora, o telefone e a cinematografia” (Santaella, 2013, p. 115).

Em suas análises sobre o papel da mídia na formação das sociedades modernas, John

Brookshire Thompson (1998) observou que, antes do aparecimento da tecnologia da telecomunicação, a disponibilidade de informações e mensagens dependia quase que exclusivamente do seu transporte físico. O cenário muda expressivamente com a transmissão telegráfica. Com isso, as distâncias foram encurtadas e trouxe uma “disjunção entre o espaço e o tempo no sentido de que o distanciamento espacial não mais implicava o distanciamento temporal” (Thompson, 1998, p. 36). Desta forma, os periódicos e seus jornalistas conseguiam enviar e receber mensagens em menos tempo e para locais mais distantes.

O jornalismo evoluiu conforme as formas, os meios de produção e circulação das notícias foram aprimorados. Ao retomar os estudos de Lucy Brown, Franciscato (Brown, 1985 apud Franciscato, 2007) explica que a velocidade de circulação das notícias está ligada diretamente à capacidade técnica de superação de distâncias, e quanto mais os países se desenvolveram economicamente, mais a imprensa se expandiu.

Essas notícias são conceituadas por Franciscato (2007) como os eventos ocorridos em distintas localidades geográficas. A depender deste recorte geográfico (local, nacional ou internacional), o modo de obtenção e produção dessas notícias tem suas próprias especificidades. O autor considera que os acontecimentos locais para serem checados e transformarem em notícias dependem de repórteres e contatos interpessoais; já o segundo e o terceiro recortes geográficos precisam de sistemas de transporte e de comunicação.

Para exemplificar melhor o cenário midiático no século XVII e o processo de obtenção e circulação das notícias, inserem-se os estudos de John C. Nerone (1987), no ensaio *The Mythology of the Penny Press*, no qual o autor analisa as características comuns da imprensa dos anos de 1830 e 1840, examinando o mito envolto nas origens da imprensa contemporânea dos Estados Unidos. Nerone (1987) constata que, muito antes da invenção do telégrafo elétrico, em 1837, e suas primeiras experiências de instantaneidade na circulação de informação, os jornais já dispunham de estratégias mais rudimentares, mas de acordo com as possibilidades da época, para acelerar a transmissão de notícias.

Por exemplo, os jornais rudimentares e anteriores à imprensa de papel e seu formato mais técnico e arrojado, imprimiam extras e contratavam carteiros para fazer chegar à informação de forma mais rápida ao público mais distante. Toda a operação era a cavalo, meio de transporte disponível que mais adaptava-se às necessidades dos *penny press* (jornais populares vendidos a um tostão). A engenhosidade é registrada por Frank Michael O'Brien (1875) ao retratar a operação dos *penny press* pela informação em primeira mão¹.

¹ A distância entre Filadélfia e Nova York é em torno de 170 km. Para uma viagem a cavalo e tendo como referência as condições da época, o tempo estimado para percorrer os dois pontos era de dois dias de intenso trajeto.

Os jornais de seis centavos formaram uma combinação com o propósito de dividir as despesas de transporte expresso a cavalo da Filadélfia a Nova York, trazendo as notícias de Washington mais rapidamente do que os jornais baratos conseguiam recebê-las pelo correio (O'Brien, 1875, p. 65, tradução nossa).

Outra situação que exemplifica o modelo de distribuição de notícias e informações no século XVII é o que ocorria nas províncias inglesas. Os *newsbooks* (informativos sobre as ações do Parlamento e disputas partidárias) eram disseminados por viajantes transportando mercadorias de Londres para as províncias e via serviço postal. E a velocidade era determinada por fatores externos, como as condições climáticas e da via (Raymond, 1996).

As mudanças nos meios de transmissão também contemplam o surgimento das estradas de ferro e as locomotivas, no século XIX (Brown, 1985) – maior velocidade na entrega dos jornais; a cronometragem rigorosa do tempo a partir da implementação de uma rede unificada de transporte público (Whitrow, 1993) – temporalidade jornalística; e o desenvolvimento dos sistemas postais (Popkin, 1989) – praticidade na transmissão de notícias.

Os serviços postais foram o principal sistema de comunicações até a invenção do telégrafo em 1844 nos Estados Unidos. Os serviços postais condicionavam o tempo de produção de uma notícia, pois o tempo de entrega de uma correspondência enviada por um repórter de uma cidade próxima ou distante (até mesmo em outro país) relatando um evento para a sede do jornal em que trabalhava indicaria já um tempo considerável de 'atraso' entre a ocorrência e sua transformação em relato jornalístico impresso. Somar-se-ia a este intervalo um tempo adicional da venda ou entrega do jornal ao público final (Franciscato, 2007, p. 43-44)

Conforme o telégrafo foi se popularizando e a rede telégrafo ampliada, com seu uso pelo governo, grandes organizações empresariais, setor comercial e pela imprensa, as cartas pessoais e o sistema postal perderam sua importância como meios de transmissão de notícias. Neste cenário surgiu o telegrama. Apesar deste avanço técnico existia a limitação no envio de notícias em razão do alto custo, pois o preço cobrado era por palavras (Brown, 1985).

Saindo do contexto das sociedades europeias e nos Estados Unidos, que concentravam essa efervescência de inovações, e trazendo para o contexto da imprensa brasileira, não há um consenso sobre o primeiro periódico a utilizar o telégrafo na produção de notícias, mas existem indicativos desse pioneirismo, como é o caso do jornal carioca Gazeta de Notícias, lançado em 2 de agosto de 1875. Em suas páginas, publicações dos telegramas noticiosos da agência francesa Havas-Reuters. Outro registro informa que a cidade de Paranaguá, no Paraná, possui uma linha telegráfica desde 1866, vinha do Rio de Janeiro e se estendia até Porto Alegre, como informa Leticia Cantarela Matheus (2012), ao descrever a imprecisão do uso do telégrafo pelos

jornais brasileiros, inclusive sobre o uso dos telegramas replicados em suas páginas.

Há também que se considerar o uso que fazia dos telegramas. É possível que boa parte do que encontramos nos jornais não tenha chegado por transmissão telegráfica, mas como correspondência normal. Antes de agosto de 1877, o *Jornal do Commercio* publicava telegramas estrangeiros regularmente, mas eles funcionavam como cartas. Precisavam atravessar o Atlântico de navio do mesmo jeito que os malotes dos correios, o que se pode deduzir pelo hiato entre a data que atestavam e a data de publicação. Toda a correspondência, incluindo aquela que circulava na Europa como telegrafia, era guardada para posterior publicação suplementar quinzenal (Matheus, 2012, p. 42).

Com a instalação do escritório da agência Havas no Rio de Janeiro, em 1874, os jornais poderiam comprar seus serviços telegráficos. Mas, como observa Matheus (2012), não é uma garantia que as pessoas já utilizassem o telégrafo para trocar informações dentro do Brasil com intenção de publicar notícias de forma imediata. “Além disso, mesmo que haja, a informação “telegrama” pode enganar sobre a maneira como ele chegou à redação, podendo ter funcionado como correspondência física, não como transmissão elétrica” (Matheus, 2012, p. 43).

Feita a observação acerca dessa imprecisão, mas que não será aprofundada por não ser o objetivo deste estudo, é importante apresentar agora mais considerações sobre o impacto desta inovação tecnológica nas redações brasileiras. Dentre os aspectos apontados por Matheus (2012) estão a intensificação da rotina de atualização das informações, não existindo mais a necessidade de acumular informações extras por vários dias até sua publicação; e velocidade produtiva e dos contornos narrativos, pois os textos eram publicados em partes e conforme cada telegrama. O aspecto negativo deste último ponto era a inexistência do desdobramento das notícias e a apuração, mas deve-se considerar que o trabalho da reportagem como é conhecido hoje, não fazia parte da lógica da época (Matheus, 2012).

Marialva Barbosa (2007) traz apontamentos ² sobre a história da imprensa no Brasil a começar no ano de 1900 na cidade do Rio de Janeiro. A partir do Livro *Memórias*, de Humberto de Campos, a autora faz considerações sobre a chegada do telégrafo nas redações dos periódicos mais importantes da cidade, a começar do ano de 1874. “O telégrafo permite a atualização constante - e com rapidez - das notícias recebidas de última hora. Não é mais possível apenas anunciar o que se passa no mundo, mas é preciso informar com rapidez” (Barbosa, 2007, p. 23). Essa mudança proporcionou aos jornais a construção de um tempo cada vez mais comprimido.

² Importante salientar o fato de que nesta época, o Rio de Janeiro era a capital do Império. Considerando todas as cidades existentes na então província, a população era em torno de 500 mil pessoas, conforme o Censo Geral do Império de 1872, disponível no link: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?id=225477&view=detalhes>

Dando um salto no tempo, conforme a sociedade brasileira se desenvolvia num lento processo de industrialização, intensificado no começo do século XX, os jornais modificaram sua formatação, estratégias de ampliação da audiência, modernização do processo de impressão e aumento da tiragem.

Seguindo com o detalhamento dos efeitos das tecnologias no contexto do jornalismo, o segundo ponto apresentado por Franciscato (2007) é o **efeito sobre os modos de produção da notícia**. Para o autor, “o desenvolvimento da tecnologia da impressão a partir do século XV criou bases para a melhoria na capacidade de impressão de jornais e, posteriormente, contribuiu para uma aceleração em sua circulação” (Franciscato, 2007, p. 30 - 31).

A importância histórica da invenção do sistema mecânico de impressão, tendo como protagonista o Johannes Gutenberg, responsável pela primeira máquina de impressão feita com tipos móveis, ocorrida por volta do ano de 1439, é tamanha, que se tornou o principal fator tecnológico que fez a circulação de notícias deixar de ser uma prática informal e restrita aos intelectuais, burgueses e religiosos, para ser inserida num processo de institucionalização mais amplo (Franciscato, 2007).

As condições para o aparecimento da indústria jornalística foram proporcionadas pelo invento do sistema tipográfico, conforme descrito por Jorge Pedro Sousa (2008) ao delinear o a máquina de Gutenberg, baseada em ideias e técnicas de impressões já difundidas na Europa, como a xilográfica, porém inovadora ao apresentar uma nova técnica de impressão.

A invenção de Gutenberg foi, assim, uma resposta engenhosa às necessidades de assegurar às pessoas, que crescentemente usavam e admiravam o documento escrito, uma maneira de transmitir mensagens escritas fielmente, à distância, para um elevado número de indivíduos e a baixo custo (Sousa, 2008, p. 69).

O impacto na sociedade também é percebido por Harold Innis (2011), ao sugerir que a civilização ocidental tem sido influenciada pela comunicação e as transformações provocadas por elas tiveram importantes desdobramentos. Dentre essas mudanças estão a imprensa tipográfica baseada em métodos artesanais até o início do século XIX; e o papel produzido por máquinas e o uso de fontes de energia não-humanas para o funcionamento da prensa tipográfica, isso a partir do século XIX.

Thompson (1998) afirma que foi durante a segunda metade do século XV, que as técnicas de impressão se espalharam pelos centros urbanos da Europa. A exploração dessas técnicas se deu, inicialmente, por empresas comerciais, portanto, o desenvolvimento das primeiras máquinas impressoras foi motivado pela economia e a busca pelo poder. Até então o foco eram livros destinados aos nobres e à Igreja.

A popularização da comunicação escrita, em sua forma e acesso, foi fundamental para o desenvolvimento do jornalismo. O surgimento do comércio de notícias ocorreu de forma gradual, motivado pelo desenvolvimento dos sistemas de impressão. Inicialmente circularam publicações periódicas com relatos de eventos e informações de caráter político e comercial (Thompson, 1998).

O aprimoramento da imprensa tipográfica, mesmo tendo proporcionado a publicação de periódicos em escala comercial/industrial, ainda trazia limitações, superadas conforme o maquinário foi aprimorado. Franciscato (2007) informa que as impressoras manuais tinham um limite rígido de folhas de papel a serem impressas. “Esta característica fazia com que os jornais que começassem a consolidar um mercado nos séculos XVIII e XIX tivessem de usar uma segunda rotativa para possibilitar atender à demanda” (Franciscato, 2007, p. 49).

Brown (1985) constata ainda que, a partir do ano de 1860, a produção jornalística teve um grande salto em seu crescimento. Essa mudança ocorreu em razão da inclusão dos novos modelos de impressão. A mudança aconteceu na Europa e nos Estados Unidos, motivada principalmente pelos jornais diários, que necessitavam de um sistema de impressão mais rápido. E toda esta prática estava em consonância com a invenção da eficiência técnica e organizativa das empresas jornalísticas.

No cenário brasileiro, ainda na condição de colônia de Portugal, surgiu no Rio de Janeiro, no século XVIII, um movimento associativista científico-literário, composto por intelectuais em busca de soluções para os problemas sociais da época. E como forma de difundir essas ideias de forma impressa e ao maior número de pessoas, deu-se as primeiras tentativas de uma imprensa local, porém, reprimida pela Coroa Portuguesa, que apreendeu material técnico e destruiu oficinas de impressão (Bettamio, s.d).

Somente com a chegada da Família Real em solo brasileiro, em 1807, que ocorreu a criação da Imprensa Régia, em 1808. “Rapidamente a Imprensa Régia passaria a imprimir outros tipos de publicação, inclusive livros. E será de sua tipografia que sairá (...) o primeiro jornal a circular no Brasil: o Gazeta do Rio de Janeiro” (Barbosa, M., 2013, p. 39).

Apresentado o segundo efeito, parte-se agora para o último feito das tecnologias sobre o jornalismo descrito por Franciscato (2007): **possibilidades de o jornalista manejar as tecnologias**. Era um constante desafio aos trabalhadores da imprensa ter que operar essa tecnologia rudimentar de produção e transmissão de informações. Enquanto os repórteres lidavam com as dificuldades em obter as informações, os trabalhadores gráficos precisavam fazer todo o maquinário funcionar.

(...) os trabalhadores dos setores gráficos do jornal ('printers') eram responsáveis por toda a operação do maquinário. Um controle que não se restringia a pôr em ação máquinas pesadas, mas um trabalho de controle dos tempos limites da produção: desde a composição das chapas que seriam impressas até o ritmo de circulação do papel nas rotativas (Franciscato, 2017, p. 50)

Ao exemplificar esses anos iniciais da imprensa europeia, Raymond (1996) descreve que a impressão podia durar até dez horas e iniciava pela manhã. Ao longo do dia, caso novas notícias precisassem ser publicadas, eram encaixadas em pequenos espaços. A velocidade da produção não dependia apenas do maquinário, mas da força humana, da idade, da experiência dos trabalhadores e das condições de trabalho das oficinas de impressão.

Avançando no tempo, o telefone foi um importante artefato na disseminação das informações no jornalismo. O novo artefato tecnológico, inventado em 1876, entrou no ambiente das redações apenas para a transmissão de informações urgentes entre centros de cada agência (Sousa, 2008). E assim como qualquer novo invento, algumas pessoas resistiram ou sentiram dificuldade em operá-los. "Alguns editores resistiram ao telefone. Alguns achavam que incentivava a preguiça e a superficialidade. Outros temiam que a qualidade da escrita dos seus colaboradores fosse afetada" (Fedler, 2000, p. 143, tradução nossa).

Quanto às contribuições nos anos iniciais de seu uso, o telefone modificou a rotina de trabalho nas redações. Passou a ser usado na cobertura de eventos distantes da sede dos jornais, acelerou a produção de notícias, estimulou a divisão do trabalho nas redações entre os profissionais de apuração e os que redigiram as matérias (Fedler, 2000; Salcetti, 1995).

Por fim, Innis (2011) constata que o telefone complementou o uso do telégrafo para as notícias locais. O repórter passou a ter dois papéis na apuração das notícias: contato pessoal com as fontes e o contato por telefone.

Para além do jornal e dos demais suportes e tecnologias apresentados, há ao longo da história diversas invenções que contribuíram no processo de produção e disseminação das informações. Alguns exemplos são: o relógio mecânico no século XVII (precisão na medição do tempo); invenção da fotografia, em 1826; o linotipo, inventado em 1890; e a máquina de escrever, datada de 1873; o rádio, datado de 1896; a aparelho de televisão, em 1922; o aparelho celular, em 1947; a invenção da internet, em 1969 e posterior abertura ao setor privado e domínio público, no ano de 1991; e o revolucionário *smartphone*, no ano de 2007.

Cabe destacar duas tecnologias usadas, principalmente no século XX, o telex e o telefax, ou simplesmente fax. O telex fazia uso da eletricidade para transmitir mensagens a outros

terminais com o equipamento³. Posteriormente surgiu o telefax, composto por um *scanner*, um modem, uma impressora e uma linha telefônica⁴. Transmítia a outro terminal a cópia exata do que estava impresso, escrito ou colado em um papel. Uma cópia exata enviada para longas distâncias. As duas tecnologias foram amplamente usadas nas redações jornalísticas dos grandes veículos, na década de 1980 e, principalmente na década de 1990, aprimorando o envio de informações de pontos distantes, inclusive de matérias editadas, sem a presença obrigatória do jornalista na redação.

Nota-se que a cada novo invento ou aprimoramento das técnicas de produção da notícia, a busca pela instantaneidade e o encurtamento das distâncias foram e ainda são fatores essenciais no mercado midiático. Cada tecnologia, a seu modo e época, contribuiu para que o jornalismo se transformasse até a atual configuração. Esse processo de aprimoramento levou a uma convergência proporcionada pelo surgimento da internet e dos dispositivos de suporte vindos posteriormente. No próximo tópico são apresentadas as relações da internet com o jornalismo e como este novo invento intensificou o processo de mudanças na sociedade contemporânea, principalmente na comunicação.

3.2 Da informatização das redações ao uso das tecnologias digitais

As agências de notícias foram as primeiras organizações comunicacionais a entenderem a importância dos computadores no melhoramento da dinâmica de trabalho, como constata Walter Teixeira Lima Junior (2006). O pioneirismo é da inglesa Reuters, ainda no ano de 1968, ao usar o computador no processo de gerenciamento interno das demandas de notícias recebidas. “Esse se tornou o sistema referencial pelo qual outras agências adotaram modelos semelhantes. Sistemas computadorizados foram adotados em 1971, pela UPI, em 1972 pela AP e entre 1973 e 1976 pela AFP” (Lima Junior, 2006, p. 3).

Nas organizações jornalísticas, também em 1968, o *The New York Times* usou o computador para a produção de notícias tendo como aporte um banco de dados informatizado. Até então usava o dispositivo em funções administrativas. Desta forma, nos anos seguintes, construiu o primeiro banco de dados digital de um jornal integrado a todas as etapas de produção da notícia. E em 1978 abriu o acesso a usuários externos (Lima Junior, 2007).

³ Informação retirada da matéria ‘10 coisas que você usava no escritório e que hoje são peças de museu’, disponível no site: <https://meunegocio.uol.com.br/blog/10-coisas-que-voce-usava-no-escritorio-e-que-hoje-sao-pecas-de-museu/>. Acesso em 19 de abril de 2024.

⁴ Informação disponível na matéria ‘Tecnologias antigas: como funciona o fax?’, publicada no site Olhar Digital, disponível no link <https://olhardigital.com.br/2022/01/12/tira-duvidas/tecnologias-antigas-como-funciona-o-fax/>. Acesso em: 19 de abril de 2024.

Ainda no cenário norte-americano, o pesquisador Garrison Bruce (1983) constatou que, no primeiro momento, a chegada dos computadores nas redações não foi vista com bons olhos, mas logo os entraves foram superados sem grandes prejuízos na rotina de produção. O computador trouxe mais agilidade ao trabalho, reduziu erros na escrita, proporcionou maior controle da qualidade do produto final, permitiu processar textos e dados com rapidez, e viabilizou a transferência de informações em rede. Tudo isso possibilitou que a apuração ganhasse novos ângulos. “Os repórteres que utilizam microcomputadores no seu trabalho acreditam que os ajuda a detectar informações e ângulos que outros repórteres não encontram tão fácil e rapidamente” (Bruce, 1983, p. 7).

Quando o computador chegou às redações dos grandes veículos brasileiros era utilizado pelos profissionais de comunicação como uma sofisticada máquina de escrever, com a proposta de pôr fim a máquina datilográfica e toda a logística exigida na sua operação (ruído, sujeira de tinta e papel), como explica Luiza Villaméa (2012) ao trazer o relato dessa mudança tecnológica nas redações de veículos de São Paulo nos anos de 1980. “Aos poucos, foi se incorporando de tal forma ao cotidiano do ofício que passou a fazer às vezes de editor e arquivo pessoal” (Villaméa, 2012, p. 251).

Nos jornais brasileiros, a informatização ampliou a quantidade de técnicas de produção, mas, por outro lado, ameaçou a existência da imprensa tradicional, principalmente do jornal impresso, o que, de fato, não ocorreu em sua totalidade, mas contribuiu para uma diminuição significativa dos jornais de papel. No início da década de 1990, Vianna (1992) observou que o avanço da indústria da informática tornou a “atividade da comunicação mais rápida e produtiva, melhorando a qualidade dos impressos”, (Vianna, 1992, p. 22).

Os investimentos na indústria gráfica brasileira seguiram os avanços tecnológicos de grandes jornais internacionais, como o USA Today, o já citado The New York Times, Herald Tribune, Financial Times, e o The Guardian. Em todo o mundo, o processo de informatização dos jornais em nível de edição começou no final de 1960 (Vianna, 1992).

Vianna (1992) e Villaméa (2012) registram o jornal Folha de S. Paulo como o primeiro do Brasil a usar terminais de computador em suas redações. O projeto começou a ser desenvolvido em 1968 e a efetivação ocorreu em 1983. O jornal era produzido na sede em São Paulo e transmitido via satélite para as cidades do Rio de Janeiro, Salvador, Brasília e Porto Alegre, com edição regionalizada em uma dessas localidades (Vianna, 1992).

Essa mudança enfrentou a resistência de profissionais. Villaméa (1992) identifica fatores que justificam esse obstáculo: a própria aversão de alguns jornalistas à tecnologia digital, e o temor de que a máquina fosse uma arma de controle governamental, pois a abertura

da informatização ocorreu durante a ditadura militar, sob o comando do general presidente Ernesto Geisel. A partir do final da década de 1970, as políticas de informática eram formuladas pela Secretaria Especial de Informática (SEI), e o órgão tinha ligação direta com o Conselho de Segurança Nacional, justificando o receio dos profissionais de imprensa. “Vigorava também a reserva de mercado, medida que condenou o país ao atraso tecnológico, extinta somente no governo Collor de Mello (1990-1992) (Villaméa, 1992, p. 114).

Com o passar dos primeiros anos da informatização das redações, Villaméa (2012) destaca que o computador permitiu aos jornalistas a divulgação de seus textos em tempo real, bem como de receber, simultaneamente, o retorno do leitor. Fato que trouxe um novo patamar de instantaneidade aos periódicos.

Virgílio Gruppi Rosa (2005) aprofunda o cenário apresentado acima ao analisar as mudanças ocorridas na imprensa brasileira a partir da modernização no processo de produção jornalística com a inserção do computador, isso até o ano de 2005, e as classifica em três níveis de transformações: espaciais, existenciais e as profissionais. A divisão é feita baseada nos estudos de Carlos Eduardo Lins da Silva (1988, 2005), Ciro Marcondes Filho (2002) e Maria José Baldessar (1998).

As mudanças espaciais são aquelas ocorridas no ambiente de trabalho. Com a chegada do novo invento foi necessário adequar o espaço físico. Um artigo publicado na Revista Imprensa, em setembro de 1987, assinado pelas jornalistas Astrid Fontenelle e Débora Chaves, e descrito por Baldessar (1998), retrata as condições da redação do jornal O Globo antes e depois do processo inicial da informatização. Conforme o relato da pesquisadora, a redação do O Globo passou por uma repaginação na iluminação, mobiliário, limpeza e climatização, com a instalação de sistema de ar-condicionado, necessário para o resfriamento dos computadores. Era o início do adeus ao ambiente caótico das redações da época, quente, sombria, com odor de cigarro e com suas inúmeras pilhas de papel.

Durante esse processo, os profissionais que resistiram ou não conseguiram usar o computador foram demitidos das redações. As mesas de trabalho passaram a ser chamadas de baías e receberam telefones de fio. O computador inaugurou o conceito de trabalho em rede, com a ramificação da informação e possibilidade de produção em outros terminais, o que não era possível com a máquina de escrever (Rosa, 2005).

Partindo para as mudanças existenciais, retoma-se o conflito entre jornalistas e a chegada do computador a partir das considerações de Baldessar (1998) e Rosa (2005). O romantismo atrelado aos anos iniciais do jornalismo moderno foi um elemento que desestimulou a aceitação imediata no computador no ambiente redacional. Retoma-se

novamente o exemplo da máquina de escrever para exemplificar como uma nova tecnologia precisa de tempo para ser absorvida.

A máquina de escrever, por exemplo, inventada no século XVIII só chega às redações brasileiras em 1938, através do acordo bilateral entre o Brasil e Estados Unidos para o desenvolvimento de alguns produtos, entre eles máquinas de escrever e aparelhos de rádios. Até esse período, a grande maioria dos jornalistas escreve suas reportagens à mão (Baldessar, 1998, p. 43).

As mudanças existenciais ainda estão relacionadas à modelagem do tempo de fechamento dos jornais. Antes, a parte editorial se estendia pela madrugada, porém, com o computador, reduziu o tempo para horários até meia-noite. Outra consequência é o fim do domínio do jornalista em relação ao produto final, como descreve Rosa (2005):

O grande volume de informações disponíveis e a dinâmica de sua circulação modificam a distribuição do trabalho jornalístico em suas várias etapas, constituindo uma nova cadeia de procedimentos. O jornalista habituado a farejar a notícia, ir atrás das fontes, pesquisar, investigar, agora, se vê diante de um computador, com sua caixa de e-mail repleta de releases de assessorias de imprensa, tendo sempre ao seu alcance o telefone (Rosa, 2005, p. 21-22).

Quanto às mudanças profissionais, Rosa (2005) entende que a Internet criou novos instrumentos de trabalho para os jornalistas. O e-mail passou a ser um importante suporte nas redações, dando fim a versão em papel da seção Cartas. Desta forma, a participação do público e das assessorias tornou-se mais fácil. A informatização ainda extinguiu algumas categorias profissionais, como os digitadores, revisores e arte-finalistas. Mas fez surgir novas profissões, como de paginador eletrônico. A influência também se estendeu aos sistemas de impressão, como a eliminação da linotipia e revelação de fotos (Rosa, 2005).

Sousa (2008) complementa que o computador e a internet abriram novas possibilidades de se fazer jornalismo, sendo responsáveis pelo surgimento de novos tipos de jornalismo nos anos de 1990, tendo recebido diversas nomenclaturas: ciberjornalismo, webjornalismo, jornalismo on-line e jornalismo eletrônico. Outra nomenclatura atribuída a esse novo ambiente surgido a partir do computador e da internet é o jornalismo digital, caracterizado por cinco propriedades: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e instantaneidade (Palacios, 2003).

E é dentro deste ambiente cheio de possibilidades, modelos e modos diferentes de elaboração de produtos que surgem as redes digitais. Elas fazem parte da quinta geração do jornalismo, caracterizada por Suzana Barbosa (2013) pelo uso das mídias móveis, especialmente os smartphones e tablets, no processo produtivo. Esses novos equipamentos são

os agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. “As mídias móveis são também propulsoras de um novo ciclo de inovação, no qual surgem os produtos aplicativos (*apps*) jornalísticos para tablets e smartphones” (Barbosa, S. 2013, p. 42).

No ecossistema das redes digitais surgem as redes sociais digitais. Antes de pincelar sobre as contribuições das redes sociais na internet, é importante definir o termo. Para Raquel Recuero (2009a), são compostas de representações dos atores sociais e de suas conexões, podendo ter representações individualizadas e personalizadas. As redes sociais digitais promovem conexões. No jornalismo são fontes produtoras de informação, filtros de informações ou reflexão dessas informações (Recuero, 2009b).

Neste sentido, as redes sociais, enquanto circuladoras de informações, são capazes de gerar mobilizações e conversações que podem ser de interesse jornalístico na medida em que essas discussões refletem anseios dos próprios grupos sociais. Neste sentido, as redes sociais podem, muitas vezes, agendar notícias e influenciar a pauta dos veículos jornalísticos (...). Mas também esses movimentos podem refletir interesses individuais dos atores sociais que acontecem de estar em consonância com interesses sociais (Recuero, 2009b, p. 8-9)

A autora segue enumerando a relação das redes sociais digitais e o jornalismo, trazendo para a discussão a atuação das redes na filtragem de informações, coleta e republicação das informações advindas dos veículos jornalísticos ou originárias dentro da própria rede. É dentro do próprio ecossistema dessa rede que acontece a circulação de informações (Recuero, 2009b).

Outro aspecto a ser considerado é o fato de as redes sociais abrirem espaço para o relacionamento entre as próprias fontes de informação, neste envolvimento primário entre ambos, como argumentam Ruthy Manuella de Brito Costa e Cristiane Portela de Carvalho (2021). A participação da audiência aumentou com a facilidade de comentar o conteúdo. “Com as redes sociais, esse público pode, individualmente, produzir e compartilhar suas próprias informações e também confrontar, através do compartilhamento, sua análise dos fatos junto à versão disposta pela imprensa” (Costa e Carvalho, 2021, p. 12).

Naira Gabry Citrangulo (2013) enumera, entre as diversas funções que as redes sociais contribuem para o jornalismo, o uso das redes como fontes, facilitando o processo de localização de especialistas e fontes gerais que auxiliam na construção de pautas; filtragem de informações relevantes; e o “fato de as redes sociais serem um espaço de circulação de grande quantidade de informação, tornando-se também um local propício para a discussão das mesmas, de acordo com motivações pessoais dos usuários” (Citrangulo, 2013, p. 42).

As redes sociais ganharam mais força com o aparecimento dos dispositivos móveis.

Esses aparatos tecnológicos que cabem na palma da mão ainda fizeram surgir o jornalismo móvel. Para Fernando Firmino Silva (2015), esse jornalismo proporcionou a reconfiguração da produção, em razão da nova rotina dos repórteres em campo. O que antes demandava tempo e exigia do profissional o retorno à redação para entregar o material apurado, hoje pode ser feito de qualquer lugar, desde que tenha em mãos um aparelho com conexão móvel à internet. Este novo tipo de consumo de notícias é uma vertente do jornalismo móvel, nascido a partir do “surgimento de equipamentos dinâmicos como tablets e smartphones com interfaces mais amigáveis e telas sensíveis ao toque” (Silva, F. 2015, p. 10).

O WhatsApp, aplicativo estudado nesta pesquisa, surge nesse contexto do jornalismo móvel. Ele permite com que o jornalista compartilhe textos, fotos, vídeos e áudios diretamente com a equipe na redação. Matérias completas podem ser produzidas apenas com um celular e compartilhadas via WhatsApp. Além da própria apuração das notícias. Tais aspectos serão mais bem descritos na discussão do aplicativo no fazer jornalístico, assunto que será comentado na sequência.

3.3. O advento do WhatsApp no fazer jornalístico

O aplicativo WhatsApp surgiu em novembro de 2009 como alternativa ao uso do sistema de SMS (*Short Message Service*), serviço de envio de mensagens curtas de texto entre celulares. Ele foi fundado pelo norte-americano Jan Koum e pelo ucraniano Brian Acton, inicialmente compatível apenas com celulares com sistema operacional iOS. Em 2010 passou a ser disponibilizado para aparelhos com Android, e em 2019 para o sistema operacional KaiOS. Com o crescimento de usuários e alcance mundial, em 2015 ocorreu o lançamento do WhatsApp Web para desktops, mas com uso integrado ao celular. Em 2022, a Meta lançou uma versão nativa para desktops, facilitando ainda mais o uso do recurso.

Além disso, a ferramenta já passou ao longo desses quase 14 anos de existência por uma série de modificações, como por exemplo, o compartilhamento de fotos e vídeos, compartilhamento de localização, conversas em grupo, mensagens de voz, versão web, chamadas de vídeo, lançamento das comunidades e dos canais. Essas e outras mudanças do WhatsApp estão expressas na linha do tempo abaixo (Figura 1).

Figura 1 – Linha de tempo do WhatsApp



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Do ponto de vista dos recursos, as comunidades e os canais são os lançamentos mais recentes feitos pelo WhatsApp. O primeiro ocorreu globalmente em novembro de 2022, mas só foi disponibilizado no Brasil apenas no primeiro semestre de 2023. As comunidades permitem reunir até cinco mil pessoas em grupos de assuntos específicos, como os criados pelas empresas jornalísticas para a distribuição de matérias. Já os canais foram lançados globalmente em setembro de 2023, e permitem que os usuários sigam (a pessoa recebe as atualizações a conta de interesse) organizações, equipes esportivas, artistas e formadores de opinião em suas contas no aplicativo (WhatsApp, 2023). Somado a estes, o WhatsApp conta em 2023 com mais quatro recursos, apresentados no Quadro 4.

Quadro 4 – Principais recursos do WhatsApp

Recurso	Características
Conversas	Individuais e em grupo Notificações Arquivos de mídia (foto, áudio, vídeo) Envio de documentos Mensagens de voz Video Mensagens Localização Backup e restauração
Chamadas de voz e vídeo	Chamadas de vídeo Chamadas de voz
WhatsApp Business	Específico para empresas
Status	Compartilhar textos, fotos, vídeos e GIFs animados que desaparecerão após 24 horas
Comunidades	Reunir pessoas em grupos de assuntos específicos
Canais	Acesso às atualizações com privacidade de perfis públicos

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Seguindo com a descrição dos recursos disponíveis, por meio das conversas, o WhatsApp permite interações bilaterais, entre duas pessoas e entre várias; e por meio dos grupos privados ou públicos. Este último funciona como uma rede social on-line. Atualmente, os grupos no WhatsApp permitem a presença de até 1.024 participantes (WhatsApp, s/d, texto eletrônico). A ramificação das conversas individuais e em grupos permite microinterações entre os usuários, quando respondem e reagem com emoticons a mensagens específicas.

O envio de arquivos e arquivos de mídia é um dos recursos mais expressivos do WhatsApp. O aplicativo libera o envio de até 100 fotos ou vídeos por vez, com legendas

individuais. A limitação é apenas para encaminhamento de mensagens ou atualizações, para até cinco conversas de uma só vez, e ao receber uma das opções, poderá encaminhar para apenas um grupo por vez (WhatsApp, 2023). Cada arquivo em formato documento deve conter no máximo 2 GB, e os de mídia (fotos, vídeos ou mensagens de voz) até 16 MB.

Com o status do WhatsApp, o usuário pode compartilhar textos, fotos, vídeos e *GIFs* animados que desaparecerão após 24 horas. Tudo com a proteção da criptografia de ponta a ponta. É possível definir se as mensagens da conversa desaparecerão após 24 horas, 7 dias ou 90. Mensagens salvas na conversa não desaparecerão. A duração afeta as novas mensagens de uma conversa e não é válida para mensagens enviadas ou recebidas anteriormente.

Diante de tantos recursos que favorecem a comunicação com o público e a divulgação de conteúdo, o WhatsApp chamou a atenção das empresas de jornalismo em todo mundo, que passaram a adotar a ferramenta em suas rotinas de trabalho a partir de 2014⁵ em projetos especiais. A título de ilustração dessas iniciativas pioneiras podemos citar: a BBC na cobertura das eleições indianas, no ano de 2014 (Specht, 2019); o site sul-africano Eyewitness News, em 2015; novamente a BBC, mas desta vez usou o aplicativo como um serviço de informação à população da África Ocidental sobre a Ebola, no ano de 2014⁶; o Washington Post, em 2015, quando usou o recurso para discutir com expatriados britânicos que viviam nos Estados Unidos sobre as eleições britânicas; e o The New York Times, no ano de 2015, como suporte de recebimento do conteúdo produzido por seu correspondente no Vaticano (Robinson, Grennan, Schiffrin, 2015).

No Brasil, o primeiro grande veículo jornalístico a utilizar o WhatsApp foi o jornal Extra, do Rio de Janeiro. O impresso adotou a ferramenta em 2013, de forma espontânea e sem um plano de atuação, apenas a partir da iniciativa do editor digital Fábio Gusmão, ao observar o enraizamento do aplicativo na vida das pessoas. O objetivo inicial era conseguir informações das pessoas, principalmente fotografias e vídeos, sobre as manifestações nacionais de junho de 2013, motivadas pelo aumento da tarifa de ônibus na cidade de Porto Alegre (RS), e que mobilizou milhares de pessoas a se posicionarem contrárias à corrupção, governos e políticos (Specht, 2019).

Um outro exemplo, desta vez provocado por um leitor do Extra, foi a denúncia que chegou até a redação do jornal, via WhatsApp, sobre o assassinato de uma mulher pelo marido.

⁵ A data é uma referência aos estudos iniciais sobre o WhatsApp, pois não foi localizada uma data precisa da inserção da ferramenta nas redações.

⁶ Informação disponível na matéria *BBC launches WhatsApp Ebola service*, disponível no link: <https://www.bbc.com/news/world-africa-29573964>. Acesso em 11 de setembro de 2023.

O caso representa o primeiro grande furo jornalístico proporcionado pela interação entre redação e leitor via WhatsApp, conforme observado por Specht (2019). Com base nas informações recebidas, a equipe apurou e confirmou o ocorrido. A notícia publicada teve 2,5 milhões de visualizações no site, uma das maiores audiências do canal (Specht, 2019).

O comportamento do público em identificar no WhatsApp um canal seguro de denúncias, desenvolve-se conforme audiência e veículos vão descobrindo as potencialidades do aplicativo, como exemplifica Specht (2019):

A partir da divulgação do número do WhatsApp no site e no impresso, aumentou muito o número de flagrantes feitos por leitores e repassados à redação diariamente. Um leitor, por exemplo, filmou um assalto cometido por um tripulante de uma moto em movimento e enviou o material. Outro gravou um grupo de traficantes comemorando a vitória do campeonato de futebol de Bangu, Zona Oeste do Rio, disparando tiros de fuzis. As armas foram identificadas, por especialistas ouvidos pela redação, como de uso restrito de militares. O vídeo, que tem 40 segundos de duração e mostra pelo menos cinco criminosos armados efetuando disparos para o alto, foi publicado no site do Extra (Specht, 2019, p. 90).

O caso Extra se mostrou uma prática exitosa e demonstrou o campo frutífero de exploração do WhatsApp no jornalismo. Serviu ainda como modelo para outros veículos, a exemplo da Band News FM, Folha de São Paulo, Estadão, O Dia e Diário Gaúcho, todos ocorridos no ano de 2014. No ano seguinte, em 2015, o aplicativo passou a integrar oficialmente a rotina produtiva no RJ TV e o Bom Dia Rio, da Rede Globo; e o Jornal O Globo (Specht, 2019).

Seguindo nessa direção, o WhatsApp foi sendo inserido progressivamente nas redações de veículos jornalísticos de todo país. Em 2016, o aplicativo foi localizado por Reino e Bueno (2017) em 27 veículos mais acessados de cada capital do país e nos três maiores jornais de circulação nacional. Segundo os autores, naquele período o aplicativo era o mais comum dentro das redações, mas era usado sem nenhum tipo de orientação, apenas como ferramenta para envio de sugestões de pauta (Reino; Bueno, 2017).

Em 2023, durante o levantamento de pesquisas sobre o uso do WhatsApp por veículos jornalísticos no Banco da Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) entre os anos de 2009 e 2023, registrou-se 26 veículos de diferentes regiões do Brasil que adotaram o aplicativo na sua rotina produtiva (Quadro 5). O dado, além de evidenciar a presença da ferramenta nas redações, revela o interesse da academia por este objeto.

Quadro 5 – Levantamento do WhatsApp nas redações brasileiras (2009-2023)

Veículo de comunicação	Tipo	Cidade/Estado
Correio Braziliense	Site	Brasília (DF)
G1 Distrito Federal	Site	Brasília (DF)
Metrópoles	Site	Brasília (DF)
TV Centro América	Televisão	Campo Grande (MT)
Rádio O Povo CBN	Rádio	Fortaleza (CE)
Extra	Site	Rio de Janeiro (RJ)
Diário Gaúcho	Site	Porto Alegre (RJ)
TV Tribuna	Televisão	Vitória (ES)
MS Record – TV MS	Televisão	Campo Grande (MS)
Campo Grande News	Site	Campo Grande (MS)
Correio do Estado	Site	Campo Grande (MS)
Midiamax News	Site	Campo Grande (MS)
TV Globo Rio	Televisão	Rio de Janeiro (RJ)
TV Borborema	Televisão	Campina Grande (PB)
TV Paraíba	Televisão	Campina Grande (PB)
TV Irararé	Televisão	Campina Grande (PB)
TV Sorocaba	Televisão	Sorocaba (SP)
Meio Norte	Rádio Jornal	Teresina (PI)
O Globo	Site e impresso	São Paulo (SP)
O Dia	Site e impresso	São Paulo (SP)
O Estado de S. Paulo	Site e impresso	São Paulo (SP)
Folha de S. Paulo	Site e impresso	São Paulo (SP)
Grupo ND	Televisão	Joinville (SC)
TV Paraíba	Televisão	Paraíba (JP)
Sistema Jornal do Comercio de Comunicação	Grupo de Comunicação	Recife (PE)
CBN João Pessoa	Rádio Jornal	João Pessoa (PB)

Fonte: Elaborado pela autora com base no banco da Capes e BDTD (2024)

Avançando nessa discussão, o WhatsApp tem se mostrado uma ferramenta aliada ao jornalismo, pois oferece ao profissional de comunicação um meio de se aproximar da sua fonte e das audiências, além de acelerar o processo de apuração, produção e disseminação de matérias. A rapidez com que os veículos de comunicação passaram a usar o WhatsApp no processo de produção de notícias e melhoria da interação com o público aconteceu em razão da popularidade, facilidade do manuseio, acessibilidade em termos financeiros - por ter seu uso gratuito, necessitando apenas de conexão com Internet -, e a multiplicidade de ferramentas disponíveis dentro do próprio aplicativo (Holanda, Muniz, Machado, 2016; Monte, 2019).

Na análise de Specht (2019), o WhatsApp ganhou terreno conforme ocorreu o aumento do uso dos smartphones na comunicação interpessoal e da mídia. Pode ser visto nas

conversações estabelecidas entre mídias e público, na distribuição de conteúdo pelos veículos e na apuração jornalística. “Além disso, a audiência faz uso da ferramenta para compartilhar e discutir as notícias” (Specht, 2019, p. 83).

O WhatsApp também é utilizado por empresas jornalísticas como canal de distribuição e engajamento, conforme Boczek e Koppersb (2020). O canal de distribuição compreende as listas de transmissão ou boletins informativos usados pelos meios de comunicação para compartilhar seu conteúdo com seu público. O canal de engajamento funciona no uso do WhatsApp pelos meios de comunicação, para se envolver com seu público, o que pode incluir obter *feedback*, *sourcing* e construir uma base de usuários leais por meio de comunicação pessoal.

Os canais do WhatsApp fornecem uma maneira potencialmente nova para os jornalistas se comunicarem com e com seus públicos. WhatsApp é um aplicativo projetado para celular e interpessoal de comunicação e, é comumente usado em todas as faixas etárias. Os canais do WhatsApp podem permitir que os veículos de notícias estejam mais próximos de seu público em dois aspectos: distribuição e engajamento (Boczek e Koppersb, 2020, p. 138, tradução nossa).

Para Filho, Teixeira e Dourado (2009), o WhatsApp foi inserido nas redações a partir dos investimentos das empresas de comunicação, visando sua própria sobrevivência e conquista de novos mercados, com investimentos em novas formas de organização e em tecnologias digitais. Permite mais aproximação entre leitor/internauta e jornalista, no envio de sugestões de pautas, denúncias, e consulta de dados pelos profissionais de comunicação às suas fontes (Meireles; Coêlho, 2014).

Desde 2013, percebeu-se uma mudança no comportamento dos veículos de comunicação, em busca por assuntos noticiosos, com pedido de colaboração das audiências via WhatsApp para o envio de fatos, fotos e vídeos (Reis; Thomé, 2017). Com a popularização do aplicativo, as audiências viram uma forma de se aproximarem dos jornalistas e auxiliarem na construção de uma programação feita por eles e para eles.

O aplicativo é vantajoso no trabalho jornalístico, ao facilitar a construção das notícias, como o envio de imagens de forma rápida às redações. Este recurso tem simplificado, principalmente, a cobertura de eventos com grande apelo popular. Um exemplo, ocorrido recentemente em âmbito regional, no Tocantins, é a morte do líder político José Wilson Siqueira Campos, no dia 04 de julho de 2023. Com o aporte do WhatsApp, os veículos jornalísticos reuniram, em pouco tempo, depoimentos de pessoas públicas, imagens do velório, e informações históricas que subsidiaram toda a cobertura do fato.

Ainda citando este exemplo, a TV Anhanguera utilizou o aplicativo para viabilizar em

um curto espaço de tempo, vídeos, fotografias, informações e depoimentos necessários na cobertura no anúncio da morte de Siqueira Campos, velório, sepultamento e todas as reverberações do assunto. Da mesma forma, o site Sou de Palmas usou a estratégia do WhatsApp na cobertura e mobilizou a audiência ao divulgar em seus grupos no aplicativo todas as notícias produzidas, destacando o compartilhamento do link da transmissão ao vivo do anúncio da morte, ainda na porta do hospital no qual Siqueira Campos estava internado.

Apresentadas as exposições sobre o desenvolvimento tecnológico e sua relação com o jornalístico, as implicações iniciais da informatização das redações e o novo cenário midiático proporcionado pelas tecnologias digitais, bem como as características do WhatsApp e suas contribuições no fazer jornalístico, parte-se agora para a apresentação do jornalismo regional e o diálogo feito com a hipótese do *Newsmaking*, assunto do próximo capítulo.

4 NEWSMAKING, JORNALISMO REGIONAL E O CENÁRIO DO TOCANTINS

Ao pesquisar sobre o uso do WhatsApp na produção jornalística regional, é válido recuperar perspectivas teóricas que abordam esse fenômeno a partir do ambiente das redações, além de apresentar o contexto pesquisado. Desse modo, organizamos este capítulo em três momentos: 1) *Newsmaking* e jornalismo regional; 2) Jornalismo no Tocantins; e 3) WhatsApp nos veículos Palmas. O primeiro relaciona os fundamentos dos estudos de *Newsmaking* (Tuchman, 1973, 1977, 1983; Wolf, 2012; Traquina, 2005) e Peña (2013) com as características clássicas do jornalismo regional brasileiro (Aguilar, 2016; Peruzzo, 2003; Ortiz, 1999; Dornelles, 2010; Camponez, 2011). O segundo apresenta a trajetória do jornalismo regional no Tocantins e em sua capital (Palmas), considerando a instalação dos primeiros veículos impressos, radiofônicos, televisivos e da web. E o terceiro evidencia o WhatsApp dentro das redações de veículos palmenses.

4.1. *Newsmaking* e o jornalismo regional: perspectivas e diálogos

A prática do jornalismo nas organizações noticiosas requer um grau mínimo de ordenamento. Mesmo a imprevisibilidade sendo um fator característico da área, é necessário empregar diretrizes com vistas ao funcionamento do processo noticioso. É preciso impor e seguir rotinas informativas, essenciais para o estabelecimento do trabalho jornalístico.

Os estudos em torno desse processo de construção das notícias desenvolveram-se principalmente, a partir da década de 1950, tendo como destaque a teoria de *Gatekeeping*, desenvolvida por David Manning White, que voltava sua atenção no processo de produção da notícia a partir de uma série de escolhas. A evolução do *Gatekeeping* aconteceu com a chegada do *Newsmaking*, inserida nos estudos construcionistas. Tem entre seus principais sistematizadores: Gaye Tuchman (1973, 1983), Mauro Wolf (2012), Nelson Traquina (2005) e Raúl Alberto Acosta Peña (2013).

O *Newsmaking* preocupa-se com a produção de notícias e a exploração de como os jornalistas moldam a realidade ao selecionar, organizar e interpretar eventos. Nas considerações de Peña (2013), os estudos de *Newsmaking* são responsáveis por observar os processos da construção noticiosa. Essa perspectiva “oferece uma ferramenta objetiva para analisar o papel das emissoras e das fontes de informação durante a construção de sentidos no texto jornalístico” (Peña, 2013, p.65, tradução nossa⁷).

⁷ Texto original em espanhol: Ofrece una herramienta objetiva para analizar el papel de los emisores y de las fuentes de información durante la Construcción de sentidos en el texto periodístico.

Ao analisar o método de transformação de acontecimento em notícias, Traquina (2005) conclui que as notícias são “resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima num produto” (Traquina, 2005, p. 180). Nessa análise são percebidos os valores que influenciam a atuação do jornalista, tais como critérios de noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção (Tuchman, 1973, 1983; Traquina, 2005; Wolf, 2012).

O que torna um acontecimento noticiável? Existe uma fórmula a ser replicada diariamente? Como os jornalistas decidem o que é notícia e o que é descartado? A decisão é de cunho pessoal ou sofre alguma influência organizacional? Para se chegar à resposta desses questionamentos, considera-se nesta pesquisa as três vertentes nas quais estão articuladas a *Newsmaking*, e definidas por Tuchman (1983): a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho; e a organização dos processos produtivos.

Essas delimitações surgiram a partir de um denso trabalho de campo feito por Tuchman entre os anos de 1966 a 1976. A socióloga norte-americana centrou toda a pesquisa em descobrir como os meios de comunicação contribuem com a construção social da realidade e como as rotinas do trabalho no ambiente informativo determinam a produção da notícia. O estudo é apresentado no livro *Making news: a study in the construction of reality*, de 1978, até o momento sem tradução para o português, mas traduzido para o espanhol em 1983 sob o título *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*.

A partir das observações e entrevistas feitas em território norte-americano, Tuchman (1983) concluiu que o ato de produzir notícias é o de construir a própria realidade, e não ser um espelho da realidade, como considera a Teoria do Espelho. Para a autora, o trabalho jornalístico transforma acontecimentos em fatos noticiados:

Recorre a aspectos da vida quotidiana para contar histórias e apresenta-nos a nós próprios. Ao cumprir esta segunda tarefa, serve de base para a ação social. Mas o processo de produção de notícias não é realizado num vácuo e, por isso, um segundo tema é que o profissionalismo serve os interesses da organização ao reafirmar os processos institucionais em que o trabalho noticioso está inserido (Tuchman, 1983, p. 24-25, tradução nossa⁸).

O pesquisador Felipe Pena (2005) complementa que o jornalismo é a construção social de uma suposta realidade e, é no “trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os

⁸ Texto original em espanhol: Se basa en aspectos de la vida cotidiana para narrar relatos y nos presenta a nosotros ante nosotros mismos. Al cumplir esta segunda tarea, sirve de base a la acción social. Pero el proceso de producir noticias no se cumple en el vacío, y por eso un segundo tema es que el profesionalismo sirve a los intereses de la organización al reafirmar los procesos institucionales en los que el trabajo informativo está encajado.

discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia” (Pena, 2005, p. 128).

Em busca do fornecimento de relatos de eventos significativos e interessantes, as organizações noticiosas adotam uma rotina industrial (Tuchman, 1977). Em meio ao turbilhão de informações é preciso classificar as ocorrências, e cumprir três tarefas principais para fornecer notícias:

1) devem permitir o **reconhecimento de que uma ocorrência** (incluindo uma ocorrência excepcional) é um evento noticioso; 2) devem **facilitar os modos de relatar eventos** que desconsiderem a demanda de cada ocorrência por tratamento e processamento idiossincráticos; 3) o **trabalho deve ser programado no tempo e no espaço** para que os eventos noticiosos reconhecíveis possam ser encontrados e processados rotineiramente (Tuchman, 1977, p. 45, tradução nossa⁹, grifo nosso).

Ainda observando a rotina de trabalho e, a partir dos relatos obtidos nas entrevistas, Tuchman (1983) classificou os tipos de notícias, baseado no ritmo do uso do tempo: em leve, dura, de última hora, em desenvolvimento, de sequência. “A tipificação refere-se à classificação na qual as características relevantes são básicas para a solução de tarefas práticas ou problemas encontrados” (Tuchman, 1983, p. 63). Essas tipificações são, portanto, estabelecidas e baseadas na atividade cotidiana (Quadro 6).

Quadro 6 - Questões práticas na classificação de itens de notícias

Tipificação	Como foi programado o acontecimento	A divulgação é urgente?	A tecnologia atinge a percepção?	As previsões do futuro são facilitadas?
Notícia leve	Não programado	Não	Não	Sim
Notícia dura	Imprevisto e pré-programado	Sim	Às vezes	Às vezes
Notícia de última hora	Imprevisto	Sim	Não	Não
Notícia em desenvolvimento	Imprevisto	Sim	Sim	Não
Notícia de sequência	Pré-programado	Sim	Não	Sim

Fonte: Gaye Tuchman (1983)

Todo este ordenamento na atividade jornalística permite que as normas ocupacionais instituídas tenham maior importância do que as preferências pessoais na seleção e filtragem das

⁹ Texto original em inglês: (1) they must enable recognition that an occurrence (including an exceptional one) is a news event; (2) they must facilitate modes of reporting events that discount each occurrence's demand for idiosyncratic treatment and processing; and (3) work must be scheduled in time and space so that recognizable News events can be routinely encountered and processed.

notícias, como conclui Pena (2005). Mas o pesquisador alerta que essa perspectiva abre espaço para uma “interpretação de possíveis manipulações sob o paradigma produtivo, e não sob o paradigma intencional, o que significa ignorar a existência de fatores extra jornalísticos e pressões externas” (Pena, 2005, p. 130).

Passado meio século das observações iniciais feitas por Gaye Tuchman, elementos captados por ela acerca da cultura profissional se mantêm, como defende Cristiane Lindemann (2014), ao definir dois desses elementos: o estabelecimento de critérios para a prática jornalística; e a preocupação com a notícia imediata. “Estes dois itens, aliás, se retroalimentam: os critérios ou normas orientam os jornalistas na seleção dos acontecimentos e também na produção das notícias” (Lindemann, 2014, p. 120-121). Isso leva à imposição de ordem no tempo e orienta o jornalista com objetivo de impulsionar a produtividade nas redações e garantir o fechamento das edições do jornal, em sua maioria diária e em vários momentos do dia.

Apresentadas as considerações principais da *Newsmaking*, abre-se espaço nesta pesquisa para a apresentação das definições dos conceitos de jornalismo regional e local e, posteriormente, da relação do *Newsmaking*, e o jornalismo regional.

As práticas jornalísticas desenvolvidas fora dos grandes centros urbanos e regiões metropolitanas do Brasil são comumente chamadas de jornalismo do interior, jornalismo local ou jornalismo regional, como descreve Aguiar (2016). Mas, a definição de tais termos não é uma tarefa fácil e não está limitada a apenas essas particularidades. Não há consenso entre os estudiosos da área, a começar pela própria complexidade em atribuir um significado ao regional e local. Porém, serão apresentadas as considerações de pesquisadores tradicionais, como Sonia Aguiar (2016), Cicilia Peruzzo (2003,2005), Renato Ortiz (1999), Beatriz Dornelles (2010), e Carlos Camponez (2011).

Aguiar (2016) elenca duas particularidades que tornam essa diferenciação possível: a proximidade geográfica dos fatos com a audiência e fontes e a presença da identidade sociocultural e político-econômica com o meio em que circulam. A proximidade também é descrita por Peruzzo (2005), ao considerá-la como aquela que expressa os “acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais” (Peruzzo, 2005, p. 81). Ou seja, vínculos de pertencimento e vivência estão presentes na mídia de proximidade, pois, além das forças políticas e econômicas presentes na mídia regional e local, existe o compromisso dos veículos jornalísticos com o lugar e com a informação (Peruzzo, 2005).

Buscando definições para a mídia local ou jornalismo local é importante salientar o fato desta pesquisa concordar com Peruzzo (2005), de que ambos existem desde o surgimento dos meios de comunicação de massa pois, pelas limitações da época, o jornal impresso, rádio e televisão tinham abrangência local ou regional. Conforme as comunicações se desenvolviam, alguns veículos sediados em grandes centros urbanos acompanharam este desenvolvimento e obtiveram alcance nacional. Mas foi com a internet que foi possível chegar a lugares mais longínquos.

Peruzzo (2005) lembra que em meio a esse processo, “chegou-se a pressupor o fim da comunicação local, para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas” (Peruzzo, 2005, p. 70). Em busca pela sustentação no mercado midiático competitivo, os veículos têm buscado formas de aproximação com a audiência com a inclusão de programação voltada para os interesses da comunidade e a divulgação de notícias com olhar voltado aos critérios de noticiabilidade identificados na audiência.

Avançando na busca pela definição do jornalismo local, Ortiz (1999) propõe algumas reflexões. Para o autor, o local é um “espaço restrito, bem delimitado, no interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas” (Ortiz, 1999, p. 59). Nesta perspectiva, o local possui três aspectos característicos: a familiaridade, a proximidade e a diversidade. Novamente a proximidade é tomada como atributo presente nos estudos comunicacionais e na distinção das práticas jornalísticas longe dos grandes centros urbanos.

Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O "local" se confunde, assim, com o que nos circunda, está "realmente presente" em nossas vidas. Ele nos reconforta com sua proximidade, nos acolhe com familiaridade. Talvez, por isso, pelo contraste em relação ao distante, ao que se encontra à parte, o associamos quase que naturalmente à ideia de "autêntico" (Ortiz, 1999, p. 59).

Em sincronia com o pensamento de Ortiz (1999), Peruzzo (2003) considera o local como algo determinado. É aquilo que é familiar para a pessoa, no qual se sente inserida neste meio e partilha sentidos, não sendo necessariamente determinado pelo território. “Ao mesmo tempo em que o local indica possuir as dimensões de proximidade e de familiaridade, ele não permite ser tomado com contornos territoriais precisos, pelo menos não como conceito universal” (Peruzzo, 2003, p. 4).

As demarcações geográficas ajudam na delimitação do local para a cobertura e efeitos das mídias, mas devem integrar outras questões, como identidades, diversidades culturais, históricas, ecológicas, econômicas, dentre outras (Peruzzo, 2003). A autora avalia que o

território geográfico enquanto fonte de significados, “faz parte das condições objetivas de vida advindas do tipo de solo, de clima, das tradições, da língua, dialetos etc, e com a construção de valores e práticas sociais” (Peruzzo, 2003, p. 4).

Para a compreensão do local e regional é preciso ainda observar a relação de um com o outro, ou deles com dimensões espaciais, como explica Peruzzo (2003) ao considerar que o “local só existe enquanto qual, se tomado em relação ao regional, ao nacional ou ao universal” (Peruzzo, 2003, p. 5). No âmbito do jornalismo, uma notícia ocorrida de forma local, torna-se regional, nacional e global, principalmente, pelo critério de noticiabilidade que toma. A exemplo de um ato de violência, a depender de quão impactante seja, a notícia poderá ser transmitida por jornais em diversos países.

O local, embora esteja inserido no processo de globalização, ou seja, vive nele e está sujeito a ele, busca se fortalecer tendo por base as singularidades locais. A valorização do local na sociedade contemporânea é processada pelo conjunto da sociedade e surge no auge do processo de globalização. Particularmente, até os grandes meios de comunicação de massa, que historicamente sempre deram mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional ou internacional, passam a regionalizar parte de seus conteúdos (Peruzzo, 2003, p. 5).

Aprofundando a discussão, no tocante ao jornalismo regional, Camponez (2011) o define a partir do conceito de que as comunidades se “reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada” (Camponez, 2011, p. 36). A imprensa regional se articula em torno de conceitos como território, comunicação e comunidade:

Defendemos uma definição de jornalismo regional a partir do conceito de pacto comunicacional realizado no contexto de comunidades de lugar (...) e onde intervêm critérios como o espaço geográfico de implantação do projeto 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, 2011, p. 36-37).

Outra particularidade da imprensa regional apontada por Dornelles (2010) diz respeito ao fato desse tipo de mídia se reportar a audiência como pessoas integradas e participantes de uma comunidade geográfica delimitada, “da qual é possível conhecer as características: mentalidades, hábitos, modos de viver, níveis de vida, preocupações culturais e sociais dominantes, etc (Dornelles, 2010, p. 242). A autora reforma neste ponto o papel do localismo e atribui este atributo à imprensa do interior, como descrito abaixo:

Assim, podemos sustentar que 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 compartilhamento dos fatos, dos interesses, das necessidades, das reivindicações políticas etc. O jornal, então, deve servir aos interesses nobres da comunidade a que deve a sua existência e o seu sustento (Dornelles, 2010, p. 242).

A partir dessas constatações, Dornelles (2010) conclui que o conceito de proximidade deriva de espaços e formas de identidade. Desta forma, o território é apenas um dos elementos considerados para explicar a imprensa do interior. Neste ponto, a autora insere a internet como meio de ampliação da participação, fiscalização do noticiário e sua imparcialidade por parte dos leitores do interior nos jornais de suas cidades, além de considerar este recurso tecnológico como estratégia de aumento da procura por notícias locais e aumento da audiência.

Mas, não basta apenas que o veículo jornalístico faça parte de um determinado território e possua as características necessárias para contribuir na construção da identidade local ou regional, como observam Moreira e Deolindo (2013, p.28), é preciso adotar uma “proposta editorial, a ação e a independência jornalísticas são colocadas em xeque pela própria indústria de mídia”. Nem sempre isso é possível, pois questões mercadológicas tendem a determinar a linha de abordagem adotada pelas empresas de comunicação, que necessitam de rentabilidade para se sustentarem, além de sofrerem pressões externas, principalmente política, comportamento fortemente observado nas cidades médias e pequenas.

Nas grandes cidades, a indústria de mídia pode atingir seu potencial graças à concentração natural de recursos e demandas, mas a situação muda quando avançamos para o interior. Mesmo que muitos centros regionais guardem algumas características da metrópole, a localização privilegiada como municípios-polo colabora, mas nem sempre é garantia de sustentabilidade ou possibilidade de expansão do negócio. É patente o crescimento do número de jornais, revistas e emissoras de rádio e de televisão on-line, muitos dos quais desenvolvidos em plataformas gratuitas, como meio de garantir a atividade jornalística e atingir um público maior (Moreira, Deolindo, 2013, p. 28).

A fim de elucidar tipos jornalísticos e midiáticos inseridos no local e regional é pertinente apresentar, mesmo que de forma rápida, parte da sistematização dos recortes espaciais sob perspectiva de análise as práticas jornalísticas georreferenciadas e a ocupação midiática no Brasil, desenvolvida por Aguiar (2016) com base nos estudos de Marcelo Lopes de Souza (2013).

Ao jornalismo local pertence produtos como: jornal mural, rádio poste, *newsletter*, intranet, *fanpage*, jornal de bairro, rádio comunitária, blog, pequena imprensa, TV comunitária, agregador de sites e blogs microlocais, jornal, rádio, TV e webportal locais. No jornalismo regional tem-se como exemplo midiáticos e jornalísticos o jornal e portal local, rádio e TV

locais, jornal local-regional, rede regional de TV, grande imprensa das capitais, e grupos midiáticos regionais ou nacional (Aguiar, 2016, p. 57). Para fins de esclarecimento, este trabalho toma como definição o termo regional, ao referir-se ao estado do Tocantins e local quando aborda as cidades.

Dito isto e apresentadas as definições dos jornalismo regional e local, é chegado o momento de relacioná-lo com a *Newsmaking*. A relação pode ser vista diretamente na forma como as decisões dos jornalistas e das organizações interferem na representação da realidade local. Para facilitar o entendimento, os pontos observados da relação são apresentados abaixo:

Quadro 7 - Relação entre o *Newsmaking* e jornalismo regional

Recurso	<i>Newsmaking</i> e jornalismo regional
Seleção de notícias	As decisões dos jornalistas sobre quais assuntos serão noticiados leva em consideração os critérios de noticiabilidade e valores-notícias, determinados pela influência organizacional e externa. A seleção dos assuntos sofre influência direta desses pontos e prioriza os acontecimentos da região no qual o veículo está inserido. A proximidade é o ponto central.
Enquadramento da narrativa	Os jornalistas podem moldar a narrativa de maneiras que destacam questões específicas ou representam a comunidade local de maneiras particulares. Neste ponto entram questões culturais e características do território.
Fontes e influências locais	As fontes e influências locais desempenham um papel de destaque na criação de notícias. Os jornalistas podem interagir mais diretamente com a comunidade e suas fontes locais para obter informações.
Impacto na identidade regional	A forma como as notícias são relatadas nos noticiários pode influenciar a percepção da comunidade sobre si mesma e como é vista por outros. Os jornalistas e as organizações noticiosas auxiliam na construção da identidade local.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de pesquisa bibliográfica

Conclui-se, portanto, que as escolhas editoriais, a narrativa estabelecida e a conexão com a comunidade são pontos-chaves na relação entre a *Newsmaking* e o jornalismo regional, ambos auxiliam na construção da realidade das notícias locais.

Dito isto, chegou a vez de conhecer a realidade regional e local pesquisada nesta dissertação - o jornalismo no Tocantins e em Palmas.

4.2. A constituição do jornalismo regional no Tocantins

A trajetória do jornalismo no Tocantins começa a se desenhar ainda no século XIX, quando o estado pertencia ao norte goiano. O primeiro jornal a circular na região foi o Folha

do Norte, fundado em 3 de julho de 1891, produzido e impresso em Porto Nacional, cidade posteriormente integrada ao estado tocantinense (Silva, O. 2003).

Depois desse impresso, diversos periódicos surgem no Tocantins, isso ainda antes do reconhecimento constitucionalmente como estado, processo que levou ao desmembramento de Goiás. Devido a isso, os pesquisadores Pôrto Jr. e Bucar (2020) dividem a história da imprensa tocantinense em dois grandes períodos: antes e depois da criação do Tocantins. O primeiro período vai de 1891 a 1988, e é subdividido em três momentos: a) de 1891 a 1940, do aparecimento da imprensa em Porto Nacional ao início da sua expansão para outras localidades; b) de 1940 a 1960, com a multiplicação de texto e uma nova expansão dos jornais; e c) de 1960 a 1988, com a consolidação da industrialização, construção de Brasília e abertura da Belém-Brasília e criação do Tocantins.

O segundo período descrito pelos autores durou 30 anos, também subdividido em três fases: 1) De 1988 a 1998, marcada pela criação do estado do Tocantins e o aparecimento da imprensa diária; 2) de 1998 a 2005, caracterizada pelo aparecimento do jornal diário e o surgimento dos veículos virtuais; e 3) de 2005 a 2018, representando o domínio dos veículos virtuais e o desaparecimento da versão impressa do Jornal do Tocantins.

Além dos impressos, as primeiras experiências radiofônicas são registradas no território tocantinense (antigo norte goiano) na década de 1960. Paixão e Rocha (2018) constataram que, conforme a população crescia na região, também aumentava o interesse por um meio de comunicação para integrar as pessoas com sua programação. Naquela época, as caixas de som instaladas nos postes das redes de energia e os alto-falantes das igrejas faziam com que recados, anúncios e músicas alcançassem um maior número de pessoas nos pontos em que os equipamentos estavam instalados.

Uma das referências na história das emissoras de rádio de poste, conforme Paixão e Rocha (2018), é a Rádio Son Araguaia, criada em Araguaína pelo empresário e político brasileiro Benedito Ferreira, o Benedito Boa Sorte. Nas Ondas Médias (OM), o pioneirismo ficou a cargo de Antônio Poincaré Andrade, ao fundar em 1968, na cidade de Porto Nacional, a Rádio Difusora do Tocantins. A história da rádio no Tocantins também registra a concessão da Rádio Independência do Tocantins (RIT), na então cidade de Paraíso do Norte, hoje Paraíso do Tocantins, em 1978, mas a inauguração ocorreu apenas em 1980 (Paixão; Rocha, 2018).

Três anos antes, em 1977, Jaime Câmara recebeu a concessão da primeira emissora de rádio no antigo norte de Goiás, a Rádio Araguaia, inaugurada em 05 de abril de 1979. Paixão e Rocha (2018) também registram o surgimento da Rádio Cristal (1986), em Cristalândia; a rádio Anhanguera AM, em Porto Nacional; e a Rádio Palmas FM, atualmente Unitins FM.

Em relação à televisão, a Organização Jaime Câmara instalou em Araguaína a primeira antena de TV no dia 10 de dezembro de 1976, funcionando como uma retransmissora do sinal vindo de Goiânia, que por sua vez, retransmitia a programação da Rede Globo de Televisão. Antes disso, os moradores da região recebiam o sinal de televisão que vinha de Imperatriz, no Maranhão (Silva, O. 2003).

A história também registra a Folha do Bico como veículo pioneiro na Internet no Tocantins, ao criar sua versão on-line, em 1997. Originalmente, o jornal foi criado na versão impressa sob o nome de Folha do Interior e, posteriormente, em 1997, alterado para Folha do Bico (Rocha, 2018).

Dando um salto no tempo e trazendo a pesquisa para o cenário atual, o Tocantins possui 72 sites, 61 rádios, 19 emissoras de televisão e 4 jornais impressos (Quadro 8), de acordo com dados do Mapa da Mídia do Tocantins (NEPJOR/UFT,2022). O mapeamento apresentado considera os veículos jornalísticos divididos nas oito microrregiões geográficas do Tocantins, são elas: Araguaína, Bico do Papagaio, Dianópolis, Gurupi, Jalapão, Miracema do Tocantins, Porto Nacional e Rio Formoso.

Quadro 8 – Veículos jornalísticos do Tocantins por microrregião (Continua)

Microrregião	Tipo de veículo	Quantidade
Araguaína	Internet	11
	Rádio	11
	Televisão	6
	Impresso	0
	Total	28
Bico do Papagaio	Internet	5
	Rádio	9
	Televisão	0
	Impresso	0
	Total	14
Dianópolis	Internet	1
	Rádio	6
	Televisão	0
	Impresso	0
	Total	7

Quadro 8 – Veículos jornalísticos do Tocantins por microrregião

Microrregião	Tipo de veículo	Quantidade
Gurupi	Internet	10
	Rádio	6
	Televisão	3
	Impresso	0
	Total	19
Jalapão	Internet	0
	Rádio	5
	Televisão	0
	Impresso	0
	Total	5
Porto Nacional	Internet	43
	Rádio	14
	Televisão	8
	Impresso	4
	Total	69
Miracema do Tocantins	Internet	2
	Rádio	6
	Televisão	1
	Impresso	0
	Total	8
Rio Formoso	Internet	1
	Rádio	4
	Televisão	1
	Impresso	0
	Total	6

Fonte: A autora com base em dados da NEPJOR (2022)

Observa-se que a maior parte dos veículos on-line está concentrada na microrregião geográfica de Porto Nacional, que integra onze cidades, dentre elas, Palmas. A predominância também se repete na quantidade de rádios, representando 14 na microrregião de Porto Nacional. Quanto aos jornais impressos, três estão localizados em Palmas e um na cidade de Pedro Afonso, ambos na microrregião de Porto Nacional. Das rádios mapeadas, o maior número de veículos também está presente na microrregião de Porto Nacional (Rocha, Souza, Alves, 2020).

É possível inferir que a grande concentração de veículos na microrregião de Porto Nacional se deve a presença de Palmas neste espaço geográfico, maior cidade do Tocantins, tanto em termos econômicos quanto demográficos. A capital concentra 313.349 habitantes, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), além de ser o principal centro econômico do estado. Palmas teve R\$ 9,8 bilhões de Produto Interno Bruto

(PIB) em 2020, correspondendo a 22,4% de todo o PIB do Tocantins. Seguido de Araguaína com R\$ 4,7 bilhões e Gurupi, com R\$ 2,6 bilhões, cidades integrantes das microrregiões de Araguaína e Gurupi, respectivamente segunda e terceira localidades em quantidade de veículos jornalísticos.

Rocha (2017) explica que esse descompasso ocorre em função de Palmas abrigar as “principais empresas de prestação de serviços e comércio, além dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, vistos ainda como principal fonte de financiamento da mídia regional” (Rocha, 2017, p. 12). Além disso, conforme a autora, um entrave para que sejam feitos maiores investimentos em produtos de comunicação originalmente regionais é a dependência dos veículos no dinheiro público.

Cabe trazer neste ponto uma rápida consideração sobre os desertos de notícias, termo cunhado originalmente pela norte-americana Penelope Muse Abernathy (2016) e adaptado ao contexto brasileiro pelo projeto Atlas da Notícia¹⁰ para se referir aos municípios sem veículos jornalísticos (Projor, 2023). Ressalta-se que a ausência de veículos não significa que essas cidades não possuem informação em circulação, podendo contar com divulgação em perfis em redes sociais, a exemplo de perfis no Instagram dedicados a divulgação de informações, em sua maioria, sem qualquer tipo de checagem, apenas como meio de propagação de assuntos em circulação nessas cidades ou de interesse daquela comunidade.

Os dados divulgados pelo Atlas em 2023 mostram que 2.712 cidades e 26,7 milhões de brasileiros que vivem nesses locais não têm acesso a notícias sobre o lugar onde residem (Projor, 2023). Em relação ao Tocantins, no qual estão inseridos os objetos de pesquisa desta dissertação, 77 dos 139 municípios ainda são desertos, restando 62 municípios com veículos identificados. Atlas da Notícia 2023 constatou que 36 municípios deixam de ser desertos de notícias, são eles: Abreulândia, Aguiarnópolis, Aliança do Tocantins, Almas, Araguacema, Araguaçu, Arraias, Axixá do Tocantins, Babaçulândia, Barra do Ouro, Buriti do Tocantins, Cariri do Tocantins, Combinado, Filadélfia, Goianorte, Itacajá, Itaguatins, Lagoa do Tocantins, Lajeado, Lavandeira, Luzinópolis, Mateiros, Maurilândia do Tocantins, Miranorte, Nova Rosalândia, Palmeirante, Pau D'Arco, Peixe, Pium, Ponte Alta do Tocantins, Praia Norte, Rio da Conceição, Rio Sono, Santa Fé do Araguaia, Taguatinga e Talismã.

¹⁰ É uma iniciativa, desenvolvida pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) em parceria com o Volt Data Lab, que mapeia veículos produtores de notícias, com foco no jornalismo local brasileiro. Por meio de pesquisa própria ou com colaboração de terceiros, o Atlas apresenta veículos que publicam notícias de interesse público e com periodicidade diária, semanal ou quinzenal. A primeira edição do projeto foi publicada em novembro de 2017.

Considerando as definições apresentadas nos tópicos anteriores, o próximo assunto explora o cenário midiático em Palmas, com seu histórico e atual cenário desenhado a partir de mapeamento sobre a quantidade de veículos em atuação e a relação com o aplicativo WhatsApp.

4.3. Jornalismo em Palmas

O fazer jornalístico na capital do Tocantins começa a se desenvolver com o jornal ‘Tocantins É’, considerado o primeiro impresso a circular com o topônimo Palmas, apesar da sua sede ter sido em Miracema do Tocantins. Fundado no dia 20 de maio de 1989, o periódico contou apenas com três edições, em formato tablóide, com quatro páginas em preto e branco. A primeira edição, em 20 de maio de 1989, teve como manchete o lançamento da Pedra Fundamental de Palmas; a segunda edição, em 01 de janeiro de 1990, estampou a transferência da capital de Miracema para Palmas; e a terceira e última, teve como manchete o quinto aniversário da capital, em 20 de maio de 1995 (Carvalho, 2000). A capa de um exemplo do jornal pode ser observada na Figura 2.

Posteriormente, surge o primeiro jornal redigido e impresso em Palmas - o Jornal do Comércio do Tocantins, lançado em 1991. Contou apenas com algumas edições até o ano de 1993 (Teixeira, 2003). Um exemplo pode ser observado abaixo na Figura 2.

Figura 2 - Jornal Tocantins É e Jornal do Comércio



Fonte: Carvalho (2020)

A comunicação institucional também esteve muito presente nos primeiros anos da cidade, principalmente para atrair novos moradores de cidades do interior e de outros estados. Um dos exemplos descritos por Carvalho (2000) é o Diário de Palmas, fundado em 1º de janeiro

de 1990, era um jornal diário, impresso em formato ofício, preto e branco. Trazia notícias do governo e era editado pela Secretaria da Comunicação. Circulou até o nº 221, dia 19 de dezembro de 1990.

Outros jornais que surgiram em Palmas na década de 1990 foram: Folha de Palmas, Jornal da Praia, O Pioneiro, Cinco de Outubro, Correio Tocantinense, Jornal D'Ellas, Jornal Cidade, O Estadão do Tocantins, Folha do Tocantins, A Voz Tocantinense, Opinião Ilustrada, Opinião Pública, 15 de Setembro, Gazeta do Tocantins, Quinze de Março, Tribuna Popular, Tins & Tais, Jornal do Dia, e o Jornal União do Tocantins (Carvalho, 2000).

Com a criação de Palmas, jornais que circulavam em outras cidades transferiram suas sedes para a capital definitiva do estado, a exemplo do Jornal do Tocantins, fundado em 18 de maio 1979 em Araguaína, então cidade do interior do norte goiano, mas editado e impresso em Goiânia (GO). Carvalho (2000) explica que o Jornal do Tocantins passou a circular com o topônimo Palmas, em 16 de janeiro de 1990, mas a transferência da administração da cidade de Gurupi (TO) para a capital ocorreu em 12 de março de 1997.

A listagem dos impressos originários de outras cidades tocantinenses e, que passaram a usar o topônimo de Palmas, conta ainda com O Regional, fundado em 10 de novembro de 1985, em Araguaína, com uso do nome de Palmas em 5 de maio de 1990. Posteriormente, 24 de julho de 1997, foi rebatizado de Primeira Página. Também fazem parte desta listagem o Correio do Norte; O Estado do Tocantins; O Jornal; e Tribuna do Estado (Carvalho, 2000).

Referente às TVs instaladas na capital, A TV Jovem Palmas é a primeira emissora a instalar-se em Palmas, em outubro de 2000 (Reis, Silva, 2017), afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). A TV Jovem Palmas permaneceu fora do ar dos meses de abril a novembro de 2007, retomando suas atividades em dezembro do mesmo ano, mas dessa vez afiliada da Rede Record e sob o nome de TV Jovem.

Com relação às rádios, Paixão e Rocha (2018) esclarecem que apenas em 1995 começaram os primeiros movimentos para a implantação da primeira emissora em Palmas: Palmas FM, hoje Unitins FM. A inauguração oficial ocorreu no dia 1º de fevereiro de 2000.

No caso dos sites, a bibliografia disponível sobre o assunto dificulta definir uma linha de tempo mais exata, principalmente as pesquisas acadêmicas voltadas para os produtos jornalísticos surgidos na década de 2000, mas destacam-se aqui alguns surgidos neste período, o impresso Jornal das Arns, criado em agosto de 2003; o Blog Cleber Toledo, surgido em 2005; Portal Agora Tocantins, em 2006; o Portal Stylo, surgido no ano de 2007 como desdobramento do impresso, que deixou de circular em 2018; O Jornal, que ganhou seu site em 2007, colocando fim à versão de papel; e o Blog da Tum, criado em 2008.

Dos veículos que fazem parte dos primeiros anos da imprensa tocantinense e palmense, os únicos ainda em atividade em Palmas são o Jornal do Tocantins (versão on-line); O Estado do Tocantins (versão on-line); Jornal Primeira Página, com as versões impressas e site; O Jornal (versão on-line); e a TV Anhanguera Tocantins, que se mantém como afiliada da TV Globo, tendo sucursais em Araguaína e Gurupi.

Trazendo para o atual cenário, Palmas conta em 2023 com 58 veículos, sendo 39 sites; dez rádios; cinco emissoras de televisão e um veículo exclusivamente on-line no Facebook; e três jornais impressos (Quadro 9).

Quadro 9 – Veículos jornalísticos de Palmas (Continua)

Veículo de comunicação	Tipo	Domínio/frequência
Record News	TV	Canal 5.1
Rede TV	TV	Canal 29.1
Tocantins TV	TV Web	facebook.com/TocantinsTV
TV Anhanguera	TV	Canal 11.1
TV Jovem Palmas	TV	Canal 7.1
TV Norte	TV	Canal 9.1
Canto FM	Rádio	87.9 FM
CBN Tocantins	Rádio	101.9 FM
Conexão FM	Rádio	98.1 FM
Hits FM	Rádio	93.5 FM
Jovem FM	Rádio	104.7 FM
Paz FM	Rádio	89.9 FM
Pequi FM	Rádio	87.5 FM
UFT FM	Rádio	96.9 FM
Unitins FM	Rádio	96.1 FM
A Boca do Povo	Site	www.abocadopovo.com.br
Agência Tocantins	Site	www.agenciatocantins.com.br
Alô Esporte	Site	www.aloesporte.com.br
Blog do HP	Site	www.blogdohp.com
Cleber Toledo	Site	clebertoledo.com.br
Cleiton Pinheiro	Site	cleitonpinheiro.com.br
Conexão Tocantins	Site	conexaoto.com.br
Folha Capital	Site	folhacapital.com.br
Folha do Jalapão	Site	folhadojalapao.com.br
G1 Tocantins	Site	g1.globo.com/to/tocantins
Gazeta do Cerrado	Site	gazetadocerrado.com.br
Globo Esporte TO	Site	ge.globo.com/to
JM Notícias	Site	jmnoticia.com.br
Jornal das Cidades do Tocantins	Site	www.cidadesdotocantins.com
Jornal do Tocantins	Site	www.jornaldotocantins.com.br
Luiz Armando Costa	Site	www.luizarmandocosta.com.br
No Vitrine	Site	www.novitrine.com.br
Norte Agropecuário	Site	www.nortegropecuario.com.br
O Coletivo	Site	www.ocoletivo.com.br
O Estado do Tocantins	Site	oestadotocantins.com.br
O Girassol	Site	www.ogirassol.com.br
O Jornal	Site	www.ojornal.net

Quadro 9 – Veículos jornalísticos de Palmas

Opinião em Debate	Site	opiniaodem debate.com.br
Orla Notícias Online	Site	orlanoticias.com.br
Pauta Notícias	Site	www.pautanoticias.com.br
Perfil TO	Site	www.perfilto.com
Portal Agora TO	Site	www.agora-to.com.br
Portal Araguaia	Site	portalaraguaia.com.br
Portal Jaciara Barros	Site	portaljaciabarros.com.br
Portal Novo Norte	Site	portalnovo norte.com.br
Portal Stylo	Site	www.portalstylo.com.br
Primeira Página	Site	primeirapagina.com.br
Rede Jovem News	Site	www.redejovemnews.com.br
Rede Tocantins de Notícias	Site	www.redeto.com.br
Sou de Palmas	Site	soudepalmas.com.br
T1 Notícias	Site	www.t1noticias.com.br
TO Cult	Site	tocult.com.br
Toca News	Site	portaltocanews.com.br
Wilson Coelho	Site	www.wilsoncoelho.com.br
Jornal Daqui	Impresso	-
Jornal Folha Capital	Impresso	-
Jornal Primeira Página	Impresso	-

Fonte: Elaborado a partir de pesquisa exploratória (2022-2023)

Com o crescimento e popularização da internet, alguns veículos tradicionais, principalmente os regionais, com menos poder econômico, não conseguiram meios para se manterem ativos frente às novas faces do jornalismo on-line. Fato que pode ser observado com o declínio do jornalismo impresso, não só no Tocantins, mas em diversas localidades.

Para Rocha *et al* (2020) os proprietários de jornais impressos no Tocantins investiram na versão on-line para diminuir os custos de produção e alcançar um público mais amplo, pois os custos de manutenção de um site são bem menores que operar um impresso. Outros fatores que explicam esta queda é o comportamento da audiência, que também busca na Internet meios de consumir informação.

A diminuição dos jornais impressos pode estar relacionada aos impactos das transformações tecnológicas nos modos de produção, distribuição e consumo das informações. Tais fatores influenciam na circulação do impresso e, conseqüentemente, na obtenção de lucro (Rocha, *et al*, 2020).

Ainda em relação aos sites, observou-se que muitos sobrevivem de anúncios, principalmente de verbas públicas. Percebeu-se também que o Jornal do Tocantins é o único a cobrar pela leitura de conteúdos, modelo de negócios conhecido como *paywall*.

Em relação à quantidade de rádios e veículos televisivos, considera-se satisfatório para a cobertura regional. Mas, se comparado ao cenário estadual, fica evidente que a concentração na capital, principalmente das emissoras de televisão, proporciona uma cobertura desigual, contemplando mais a realidade da capital e das cidades com correspondentes.

A partir dessas constatações, discute-se no próximo tópico quais veículos utilizam o WhatsApp institucional, ano de criação da conta, forma de utilização do recurso, entre outros aspectos.

4.3.1. O WhatsApp institucional nas redações palmenses

Dos 58 veículos ativos mapeados em Palmas no ano de 2023, excluiu-se os meios especializados, blogs, emissoras de rádio sem programação jornalística, sites das rádios e TV web, chegando ao total de 48 veículos jornalísticos selecionados para a recolha de informações sobre o uso do Whatsapp institucional. Deste número, apenas 36¹¹ responderam ao questionário enviado sobre o uso do WhatsApp institucional. Dos respondentes, 26 usam o número institucional de WhatsApp, ou seja, 54,16%, e 10 recorrem ao contato pessoal dos jornalistas na rotina produtiva nas redações, conforme descrito no Quadro 10.

Quadro 10 – Utilização do WhatsApp pelos veículos jornalísticos de Palmas

Nome do veículo	Usa N° institucional	Ano de criação da conta
Record News	Sim	2022
Rede TV	Sim	2023
TV Anhanguera	Sim	2017
TV Jovem	Sim	2013
TV Norte	Sim	2021
Canto FM	Sim	2020
CBN Tocantins	Sim	2017
Conexão FM	Sim	2019
Hits FM	Sim	2020
Jovem FM	Sim	2013
UFT FM	Sim	Não sabe
Unitins FM	Sim	2015
Blog do HP	Sim	2019
Cleber Toledo	Sim	2019
Cleiton Pinheiro	Sim	2019
Folha Capital	Sim	2021
G1 Tocantins	Sim	2013
Jornal do Tocantins	Sim	2014
O Estado do Tocantins	Sim	2018
Orla Notícias Online	Sim	2017
Primeira Página	Sim	2018
Sou de Palmas	Sim	2018
T1 Notícia	Sim	2019
Jornal Daqui	Sim	2014
Jornal Folha Capital	Sim	2021
Jornal Primeira Página	Sim	2018

Fonte: Elaborado a partir de pesquisa exploratória (2022-2023)

¹¹ O Portal Gazeta do Cerrado, apesar de ser bastante ativo no WhatsApp, possuindo número institucional, não respondeu aos questionamentos da pesquisadora, mesmo tendo insistido diversas vezes por e-mail e contato por WhatsApp. Portanto, o site não é considerado nos resultados sobre o uso institucional. Para fins de registro, o Portal possui doze grupos ativos no aplicativo, todos administrados em uma comunidade.

A partir desse dado é possível inferir que a baixa adesão dos veículos quanto à adoção de uma conta institucional no WhatsApp se deve à falta de preparo para a cultura do jornalismo móvel. Silva F. (2016) considera que nem sempre as organizações jornalísticas estão preparadas para esse tipo de jornalismo. Apesar do baixo investimento para se ter uma conta no aplicativo, pois seu uso é gratuito, necessitando apenas de conexão com a Internet, para um melhor desempenho desse recurso dentro das redações é preciso investir na força de trabalho.

Das cinco emissoras de televisão pesquisadas, constatou-se que todas usam perfil institucional nas redações. Acredita-se que os veículos televisivos buscam constantemente alternativas de aproximação com a audiência, impulsionados pelo desenvolvimento das tecnologias. E o WhatsApp é um importante recurso na busca por pautas; estreitamento dos laços com o público e fontes; e instantaneidade típica da programação ao vivo.

Esse comportamento é percebido nos veículos jornalísticos e explorado com intensidade pela rádio e TV. A partir de uma observação pontual de alguns veículos em Palmas, percebeu-se que durante a programação dos jornais, a participação do público via WhatsApp é solicitada com frequência e o retorno é rápido. Ocorre com a leitura de mensagens de texto, reprodução de áudios e imagens.

Quanto aos jornais impressos, os três mapeados confirmaram possuir WhatsApp institucional. Neste meio, verificamos uma situação peculiar, o Jornal Daqui utiliza o mesmo contato do Jornal do Tocantins (JTO), pois este último é âncora do impresso, ou seja, o Daqui utiliza como base de informações as notícias apuradas pelo JTO. Apesar de ser o mesmo telefone, contabilizou-se ambos de forma separada.

Na categoria rádio, constatou-se que oito emissoras fazem uso de número institucional. Das dez analisadas, duas não responderam aos questionamentos. A pesquisa não considerou individualmente os programas jornalísticos de cada rádio, apenas o número geral.

Assim como a TV, o rádio também é um meio popular de comunicação e aposta no WhatsApp para proporcionar uma comunicação instantânea com seu público, pois a maior parte da programação é ao vivo e a troca de mensagens de forma rápida é essencial na garantia desta interatividade. “Exclusivamente para as empresas de radiodifusão, o uso do WhatsApp garante o processo de interatividade que, em um momento de expansão técnica, continua se avolumando” (Vargas; Ritter, 2017).

Na categoria site, dos 39 identificados, apenas 22 responderam às perguntas enviadas. No total, 10 sites usam o número institucional e 12 fazem uso do número pessoal dos jornalistas. Observou-se também que os jornalistas dos veículos pesquisados mesclam o trabalho de

apuração entre o número institucional e a troca de informações via perfis pessoais no aplicativo. Acredita-se que o uso do contato pessoal ocorre pela facilidade em ter acesso às conversações, além de garantir mais privacidade entre os jornalistas e as fontes no processo de produção das notícias.

Dos perfis institucionais pesquisados, nenhum utiliza a versão Business, criada em 2018 para a comunicação das organizações. O WhatsApp Business tem recursos a mais da conta pessoal, permitindo por exemplo a elaboração de um perfil oficial, disponibilização de catálogos, envio de mensagens automáticas, mensagem de ausência e saudação e análise de estatísticas.

A respeito do ano de implantação do WhatsApp institucional, percebe-se uma distribuição ao longo dos anos de 2013 a 2023. A maior parte, cinco veículos, realizou a implantação no ano de 2019, representando um percentual de 20% do total (Quadro 11). A pesquisa considera como veículos pioneiros na utilização do WhatsApp institucional a TV Jovem, rádio Jovem FM e G1 Tocantins, veículo voltado, em sua totalidade, ao jornalismo.

A criação da conta do G1 no aplicativo coincide com a própria implantação do site no Tocantins, ocorrido em junho de 2013. Porém, neste momento, não era feita a divulgação pública para os internautas, limitando o alcance e a usabilidade do recurso. Em fevereiro de 2023, adotou-se uma nova estratégia de comunicação: grupo e comunidade¹². O detalhamento é apresentado mais abaixo.

Quadro 11 – Ano de criação do WhatsApp institucional

Ano de criação	Quantidade
2013	03
2014	02
2015	01
2017	03
2018	04
2019	05
2020	02
2021	02
2022	01
2023	01
Sem data	01

Fonte: Elaborado a partir de pesquisa exploratória, 2022-2023

¹² No período do levantamento desses dados, ainda não existia a ferramenta Canal, portanto seu uso não foi considerado. Porém, registrou-se que no dia 21 de março de 2024, o veículo cancelou o Grupo e Comunidade para criar o seu próprio Canal, sendo o veículo pioneiro no Tocantins a adotar a o recurso para distribuição das notícias produzidas.

Mesmo os veículos pioneiros, observou-se que eles demoraram a institucionalizar o WhatsApp, quatro anos após a criação do aplicativo. Isso pode ser explicado pelo fato das empresas jornalísticas de Palmas não perceberem a ferramenta como uma tecnologia capaz de potencializar a atividade de produção da notícia e de relação com o público.

No cenário nacional, um exemplo de veículo que vem explorando bem todas as possibilidades do WhatsApp é o jornal O Extra, que criou uma espécie de editoria na versão on-line para as publicações surgidas a partir do aplicativo de conversação. É um dos primeiros do país a ter essa iniciativa (Lins, 2016).

Todos que confirmam a utilização de número institucional, o fazem para a interação com o público e apuração. A exceção é da UFT FM, que recebe mensagens no contato institucional, deixando a apuração para a construção das notícias via número pessoal dos jornalistas.

Quadro 12 – Divulgação do WhatsApp institucional

Nome do veículo	Divulgação do N° Institucional
Record News	Na TV e redes sociais
Rede TV	Na TV e redes sociais
TV Anhanguera	Na TV e redes sociais
TV Jovem	Na TV e redes sociais
TV Norte	Na TV e redes sociais
Canto FM	Na rádio, redes sociais e site
CBN Tocantins	Na rádio, redes sociais e site
UFT FM	Não divulga
Unitins FM	Na rádio
Blog do HP	No site e redes sociais
Cleber Toledo	No site e redes sociais
Cleiton Pinheiro	No site e redes sociais
Folha Capital (impresso e site)	No site, impresso e redes sociais
G1 Tocantins	No site e redes sociais
Jornal do Tocantins	No site
O Estado do Tocantins	No site
Orla Notícias Online	Não divulga
Primeira Página (impresso e site)	No site, impresso e redes sociais
Sou de Palmas	No site e redes sociais
T1 Notícias	No site
Jornal Daqui	No jornal

Fonte: Elaborado a partir de pesquisa exploratória (2022-2023)

Sobre a divulgação do número institucional (Quadro 12), 26 veículos incentivam o uso do contato pelo público e fontes. Apesar de alguns veículos disponibilizarem em seus canais oficiais o contato de um número de WhatsApp, a exemplo dos sites com a presença no ícone do aplicativo na *homepage*, ou ainda o *plugin* do WhatsApp para permitir a conexão direta entre

o internauta e a redação, foi necessário confirmar se o número, de fato, é para uso institucional, ou se tratava de um número pessoal utilizado para múltiplos objetivos. Este dado não foi contabilizado, mas apenas serviu como critério de confirmação da presença do número exclusivamente institucional.

A pesquisa também verificou o uso de recursos do WhatsApp para divulgação do conteúdo produzido pelos veículos jornalísticos. Os recursos observados foram: 1) Comunidade, 2) grupos próprios e de terceiros e 3) lista de transmissão (Quadro 13).

Quadro 13 – Retransmissão no WhatsApp institucional

Nome do veículo	Retransmissão
Blog do HP	Lista de transmissão e grupos de terceiros
Cleiton Pinheiro	Lista de transmissão
Cleber Toledo	Grupo
G1 Tocantins	Grupo e comunidade
Sou de Palmas	Grupos

Fonte: Elaborado a partir de pesquisa exploratória, 2022-2023

A retransmissão via lista de transmissão é feita apenas pelo Blog do HP e Cleiton Pinheiro. As atualizações ocorrem diariamente e contemplam o envio de uma lista com as matérias publicadas no dia, no caso do Blog do HP, e mensagens individuais das notícias recém-publicadas, no caso do Cleiton Pinheiro. As TVs e rádios não retransmitem o conteúdo pela lista.

Já na categoria de grupos próprios, o cenário amplia-se na quantidade, mas não na diversidade de veículos. O recurso é adotado pelo site Cleber Toledo, que possui um único grupo; G1 Tocantins, com apenas um grupo; e o site Sou de Palmas, que aposta na retransmissão em 30 grupos. A divulgação em grupos de terceiros é feita pelo Blog HP e também pelo Sou de Palmas. A ferramenta Comunidade é usada apenas pelo G1 Tocantins. O recurso agrupa grupos com temas relacionados para aumentar o alcance das informações e facilitar o manuseio pelos administradores dos grupos.

Em busca pela sobrevivência em meio a um universo incontável de informações proporcionadas pela Internet, o jornalismo busca meios de se adaptar. Os que o fazem com mais

rapidez tendem a ser mais competitivos no mercado midiático, e conseguem manter ou ampliar a audiência.

A partir dos dados apresentados, constata-se que as empresas jornalísticas de Palmas, quase em sua totalidade, ainda precisam ocupar novos espaços de comunicação para se manterem em atividade e alcançarem novas formas de financiamento, pois estão historicamente ligadas aos governos e suas existências dependem de anúncios e conteúdos patrocinados.

Descritos os pontos principais desta pesquisa, parte-se agora para a interpretação dos achados na observação participante e entrevistas com jornalistas, que são apresentados no capítulo seguinte.

5 WHATSAPP NAS REDAÇÕES DA TV ANHANGUERA E CBN TOCANTINS

Neste último capítulo são apresentados os resultados obtidos a partir da pesquisa de campo realizada com os dois veículos jornalísticos de Palmas - TV Anhanguera e CBN Tocantins. O ponto de partida é a apresentação dos aspectos históricos, estruturais e de cobertura da TV Anhanguera. Feita esta introdução, será apresentada a estrutura e funcionamento atual da redação, bem como da rotina de produção com o WhatsApp, revelando os dados obtidos no diário de campo.

Na sequência, são apresentadas as informações sobre a CBN Tocantins seguindo a mesma linha de organização e sistematização dos resultados da TV Anhanguera. Depois, no terceiro tópico, abordou-se o uso do WhatsApp na produção regional segundo os jornalistas dos dois veículos investigados, a partir de quatro eixos temáticos: a) definição e prática do jornalismo regional; b) WhatsApp na produção de notícias regionais e a relação com as cidades do interior; c) inserção do WhatsApp na rotina de trabalho; e d) as vantagens e desvantagens do uso do aplicativo pelos jornalistas. Por fim, relacionamos os achados da pesquisa com o arcabouço teórico desta dissertação.

5.1 TV Anhanguera – Evoluindo com você

A chegada da TV Anhanguera no território tocantinense atendeu aos interesses econômicos e políticos do jornalista e empresário Jaime Câmara, responsável pela fundação do grupo de comunicação Jaime Câmara, que opera nos estados de Goiás e Tocantins. A ideia inicial, ainda concebida na década de 1970, era de ampliar os investimentos e a abrangência do grupo na região amazônica, atuando ativamente no movimento separatista responsável pelo desmembramento do norte goiano e, conseqüente criação do Tocantins (Silva, O. 2003; Santos, 2015).

A conquista do interior, por meio de investimentos em comunicação em Araguaína, maior cidade da região Norte de Goiás até 1988, quando passou a integrar o território do Tocantins, foi a aposta de Jaime Câmara em busca da ocupação amazônica, como explica a pesquisadora Jocyleia Santana dos Santos (2015):

De olho nesses novos mercados, com visão empresarial definida, apesar da concorrência que já se fortalecia no final dos anos 1970, a Jaime Câmara esquematizou e solidificou seu império de comunicação. A intenção era tornar maciça a presença dos veículos pertencentes ao grupo no estado de Goiás, sobretudo, das emissoras de televisão, como estratégia de ocupação de espaço (Santos, 2015, p. 79).

A instalação da primeira antena da TV Anhanguera em solo tocantino data de dezembro de 1976, em Araguaína. Antes disso, os moradores da região recebiam o sinal de televisão que saía de Imperatriz (MA) e circulava por meio de torres de transmissão. O sinal era retransmitido por torres adquiridas por uma comissão pró-TV e, inicialmente, foram instaladas cinco delas nas cidades maranhenses de Sumaúma (MA), a 50 km de Imperatriz (MA) e Estreito (MA), bem como nas cidades tocantinenses de Tocantinópolis, Wanderlândia e Araguaína. Porém, apenas uma torre era insuficiente para atender a quantidade de telespectadores de Araguaína, portanto, foi necessária a instalação de uma segunda repetidora, apelidada de TV Araguaína, mesmo não recebendo a concessão para tal fim. Recebia fitas gravadas em Imperatriz com os programas exibidos pela TV Tupi (Santos, 2015).

A iniciativa não durou muito e acabou em 1977, frustrada pela expansão da rede Anhanguera. Após a estruturação da rede no norte tocantinense, os olhos do grupo se voltaram para o sul, especificamente em Gurupi. O interesse dos moradores em acompanhar ao vivo os jogos da Copa do Mundo de 1978, na Argentina, foi um importante elemento em prol do desenvolvimento da TV em Gurupi (Santos, 2015). As imagens retransmitidas pela estação foram ao ar em Gurupi e municípios do entorno, em 20 de dezembro de 1977.

Ao citar uma reportagem de 1978, do jornal O Popular, Adriano Fonseca (2021), constata que a expansão até Gurupi carregou consigo a conquista de novos municípios a partir da formação do Consórcio de Televisão Médio Norte Goiano, que reunia as prefeituras de Paraíso do Norte (atual Paraíso do Tocantins), Cristalândia, Pium e Porto Nacional. A chegada do sinal de som e imagem ocorreu pelo Canal 2.

Nos anos posteriores, em 1982, a emissora de Gurupi já distribuía imagens para 14 cidades. “A expectativa da empresa era ver resolvida a questão de infraestrutura da região para possibilitar maior qualidade técnica à retransmissão do sinal” (Santos, 2015, p. 102). Um ano depois, em março de 1983, um decreto presidencial assinado por João Batista Figueiredo levou mais segurança e legalidade à emissora de Gurupi. O decreto tratava da concessão da Televisão Rio Formoso LTDA, resultando no estabelecimento da estação de radiodifusão na cidade de Gurupi, ainda pertencente ao estado de Goiás; e a Televisão Anhanguera, em Araguaína.

A partir da assinatura do decreto, ambas deixaram de ser repetidoras, passando a transmitir seus próprios programas, além de dar início ao período de transmissão simultânea da TV Anhanguera e da Rede Globo. A abrangência se estendia no Norte e Extremo Norte goianos, além de parte do Pará e Maranhão (Santos, 2015).

Avançando no tempo e inserindo a capital Palmas na linha de acontecimentos, apenas em 1995 a cidade ganhou uma sucursal da TV Anhanguera, mas a reprodução das matérias

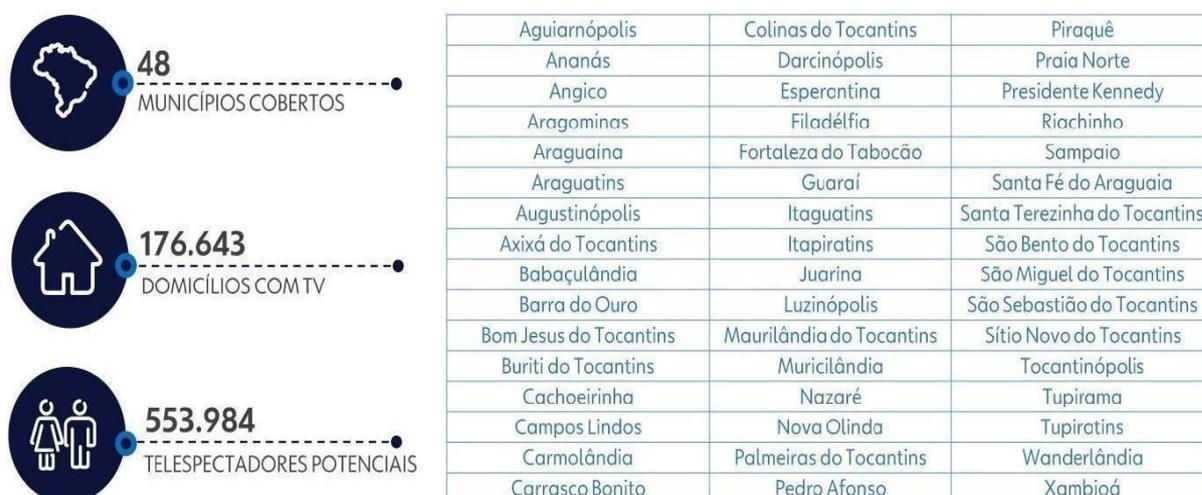
jornalísticas ainda era feita pela unidade em Gurupi, a cabeça de rede da época. A produção era enviada de ônibus ao sul do estado. O envio das reportagens passou a ser feito via fibra óptica em agosto de 1991, com a interligação das emissoras em redes e a chegada do sinal em Palmas (Fonseca, 2021).

Após a chegada do sinal em Palmas, outro marco na dinâmica de trabalho da TV Anhanguera Tocantins foi a concessão da TV Anhanguera Palmas como geradora da rede, em setembro de 2005, por meio do Canal 11 UHF, ampliando o sinal para 22 municípios, além das emissoras de Araguaína e Gurupi (Santos, 2015). Desde a expansão em Palmas, o grupo não ampliou o número de unidades, mantendo no Tocantins as unidades de Palmas (cabeça de rede) e as praças em Araguaína e Gurupi.

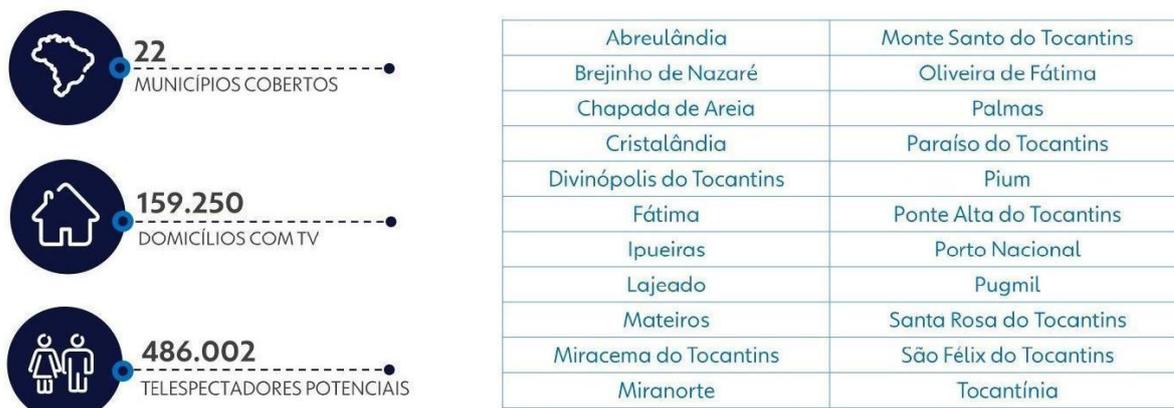
Atualmente, o sinal da emissora chega a 87 dos 139 municípios tocaninenses, correspondendo a 62,58% da cobertura de sinal no estado. O sinal da TV Anhanguera de Araguaína é o que cobre mais municípios, totalizando 48, o que corresponde a 34,53% da malha total (Figura 3). Em segundo está a TV de Palmas, ao alcançar 22 municípios, ou seja, 15,82% da malha (Figura 4); e em terceiro encontra-se Gurupi com 17 municípios cobertos, sendo 12,23% da malha total da rede no Tocantins (Figura 5).

Mesmo sem o alcance do sinal da TV regional, os outros municípios que não constam na malha de cobertura recebem sinal via satélite com a programação nacional. A única exceção é Araguaçu, localizado no sul do Tocantins, atendido pela TV Anhanguera de Porangatu (GO), com as notícias regionais do estado de Goiás (Rede Anhanguera, 2023).

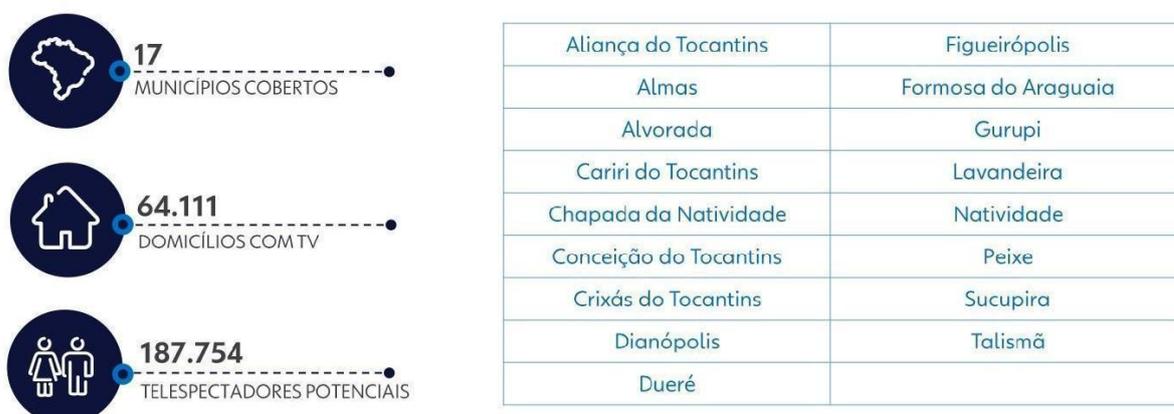
Figura 3 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Araguaína



Fonte: Mapa de Cobertura Rede Anhanguera 2023

Figura 4 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Palmas

Fonte: Mapa de Cobertura Rede Anhanguera 2023

Figura 5 – Malha de cobertura do sinal da TV Anhanguera Gurupi

Fonte: Mapa de Cobertura Rede Anhanguera 2023

A programação da TV Anhanguera contempla três telejornais: o Bom Dia Tocantins, Jornal Anhanguera 1ª Edição e Jornal Anhanguera 2ª Edição (Quadro 14), que somados, possuem em média 4h45 de conteúdo regional exibido semanalmente. A condução e a apresentação dos produtos são feitas exclusivamente pela equipe de Palmas, mas conta com a inclusão obrigatória de matérias gravadas e entradas ao vivo das praças de Gurupi e Araguaína. O único produto exibido pela TV Anhanguera no Tocantins, que não é feito totalmente no estado, é o Jornal do Campo, conduzido pela equipe do estado de Goiás, que recebe conteúdos de todas as praças do grupo.

Por ser o jornal mais extenso da programação, o Bom Dia Tocantins é o único que conta com quadros diversos durante a semana, que proporcionam mais interação e participação do público. São eles: Bom Dia Responde, Destaque GE, #TôNoBDT, Minuto Fato ou Fake, e Acha Meu Pet.

A produção diária de notícias inclui ainda a parceria do G1 Tocantins, tendo apenas uma redação em operação no Estado, localizada em Palmas, no mesmo espaço físico da redação da TV Anhanguera. A parceria se estende na apresentação do BDT, com a co-apresentadora Jesana de Jesus, repórter do G1 Tocantins.

Quadro 14 – Programação da TV Anhanguera Tocantins

Telejornal	Produção	Periodicidade	Horário
Bom Dia Tocantins	Encabeçado pela equipe de Palmas com material de Araguaína e Gurupi	Segunda a sexta-feira	06h às 08h30
Jornal Anhanguera 1ª Edição	Encabeçado pela equipe de Palmas com material de Araguaína e Gurupi	Segunda a sábado-feira	11h45 às 13h
Jornal Anhanguera 2ª Edição	Encabeçado pela equipe de Palmas com material de Araguaína e Gurupi	Segunda a sexta-feira	19h10 às 19h40
Jornal do Campo	TV Anhanguera GO em parceria com as emissoras da rede Anhanguera	Domingo	06h15 às 06h45

Fonte: Elaborado pela autora a partir de pesquisa de campo realizada na TV Anhanguera em 2023

As praças possuem redações jornalísticas destinadas à produção de conteúdo, porém, a de Palmas é a maior com 40 profissionais entre cargos de coordenadores, editores, apresentadores, produtores, repórteres e cinegrafistas. Em Araguaína são cinco profissionais exercendo os cargos de editor de regional, repórter, produtor e cinegrafista. Gurupi possui a equipe mais enxuta, com apenas uma repórter desempenhando as funções de produção e apresentação das notícias, e o cinegrafista. Nesta contagem não se considerou a equipe que opera na parte técnica, apenas os envolvidos diretamente na construção das notícias.

Quanto à divisão da cobertura jornalística da TV Anhanguera no Tocantins, a proximidade geográfica é o fator determinante para a divisão do território entre as praças de Palmas, Araguaína e Gurupi. Desta forma, considera-se a distância entre o local de origem da informação e a localização da equipe de jornalismo, a regionalidade e a similaridade com os assuntos. A depender dos valores-notícia presentes no acontecimento, essa divisão geográfica é deixada de lado e a TV de Palmas assume a cobertura. Quando isso acontece, a notícia é trabalhada de forma mais aprofundada e com objetivo de ser transmitida em rede nacional. Um repórter e um cinegrafista de Palmas são deslocados exclusivamente nesta cobertura especial.

A divisão geográfica contempla todos os 139 municípios tocantinos. A praça de Araguaína cobre a maior parte, com 65 municípios sob sua responsabilidade (Mapa 1), seguido de Palmas, com 56 no total (Mapa 2), e a praça de Gurupi, com 18 (Mapa 3). Essa estratégia facilita a distribuição do trabalho, mas não significa que Araguaína detém a maior carga de notícias, pois Palmas ainda é a responsável por produzir a maioria do conteúdo jornalístico.

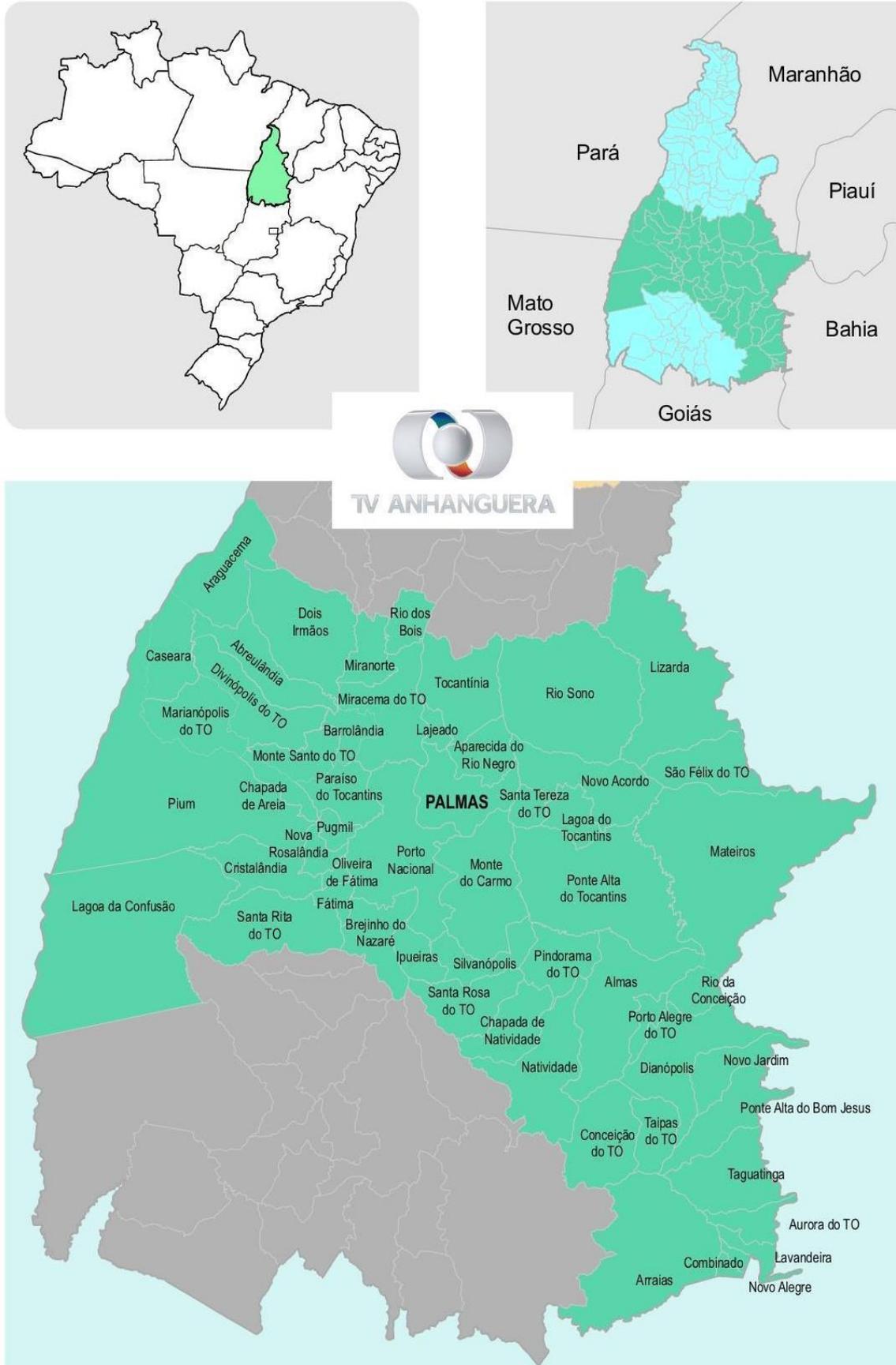
Mapa 1 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Araguaína



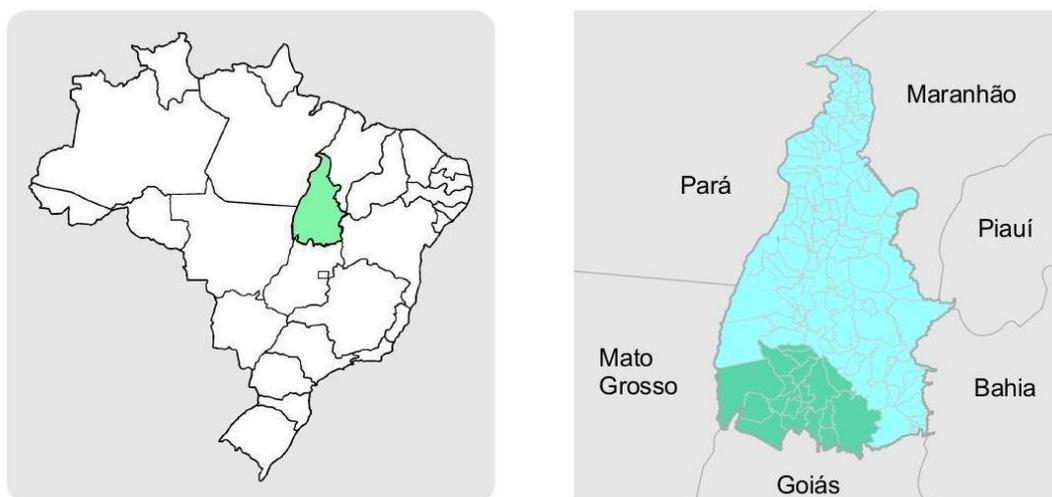
TV ANHANGUERA



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados na pesquisa de campo de 2023
Mapa 2 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Palmas



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados na pesquisa de campo de 2023
Mapa 3 – Área de cobertura jornalística da TV Anhanguera de Gurupi



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados coletados na pesquisa de campo de 2023

5.1.1 Rotina de produção da TV Anhanguera

O funcionamento da redação da TV Anhanguera em Palmas acontece em três grandes turnos: matutino, vespertino e noturno. Os horários de entrada e saída dos profissionais são organizados a fim de atender, prioritariamente, uma escala definida de 6 horas diárias de trabalho, com exceção da chefia de redação, visto sempre nas horas que antecedem os telejornais e por determinado período após a finalização de cada edição.

Os recursos e meios tecnológicos utilizados na comunicação na rotina de produção são o WhatsApp, *iNews*, e-mail, ligação telefônica, e um aparelho com função de rádio comunicador interligado entre os editores-chefes do telejornal, ilhas de edição e central técnica. A maior parte dos processos envolve o WhatsApp pessoal dos jornalistas, os grupos de trabalho no qual estão inseridos e o número institucional no aplicativo. Outra forma de comunicação utilizada diariamente é o *software iNews*, plataforma de gerenciamento e fluxo de trabalho de mídia colaborativa e personalizável, exclusiva da produção, que monta o espelho dos telejornais dentro deste sistema. É a mesma adotada pela TV Globo.

A TV Anhanguera Tocantins lançou publicamente sua conta no WhatsApp em janeiro de 2018. O foco central da emissora é receber sugestões de matérias por parte da audiência, além de fatos curiosos e interações em tempo real durante a apresentação dos telejornais. A ferramenta foi criada para complementar as interações recebidas pelo aplicativo Quero Ver Na TV (QVT)¹³.

Mesmo com a popularização do WhatsApp, a TV Anhanguera ainda mantém ativo o aplicativo QVT, ferramenta que permite o envio de fotos, vídeos e sugestões de notícias. Nos dias observados não foi possível constatar se algum telespectador fez uso do QVT, mesmo a chefia confirmando a existência da interação de forma eventual.

Outra característica observada na dinâmica de trabalho é o fato da praça de Araguaína enviar as matérias editadas para Palmas. O envio é feito por meio de um sistema interno de compartilhamento de arquivos. Da mesma forma, Gurupi utiliza o sistema de compartilhamento, mas com os arquivos sem edição, pois não possuem um profissional que realize este trabalho.

Em Palmas, em média, são três repórteres escalados para o BDT e JA1, e quatro atuando no JA2. Quando necessário é feito remanejamento de repórteres entre os telejornais. A praça de Araguaína conta com dois repórteres: Márcio Novais, designado para a cobertura do BDT e JA1, e Gustavo Rodrigues, atuando no JA2 e também editor regional. A praça de Gurupi possui a repórter Débora Ciany, responsável pela produção, entradas ao vivo e matérias gravadas, obrigatoriamente nos dois primeiros telejornais e, eventualmente, no JA2.

Observou-se ainda, que o e-mail institucional entra em cena apenas para recebimento de releases, envio de solicitações de notas e entrevistas aos órgãos governamentais e instituições

¹³ A TV Anhanguera lançou o aplicativo em 24 de outubro de 2014, no seu aniversário de 51 anos de existência. Surgiu no auge dos aplicativos para tablets e celulares, permitindo ainda o envio de sugestões de forma sigilosa, ideal nos casos de denúncias. Informação disponível na matéria do Jornal do Tocantins 'QVT agora no celular', acessível pelo link <https://www.jornaldotocantins.com.br/editorias/magazine/qvt-agora-no-celular-1.693330>.

que adotam este meio de comunicação. Mesmo com envio por e-mail, muitos jornalistas recorrem ao WhatsApp das assessorias e dos assessores com objetivo de reforçar os pedidos enviados ou esclarecer dúvidas.

Com relação às atividades desenvolvidas pelos jornalistas na redação da TV Anhanguera nos dias em que a pesquisadora esteve na emissora (22, 23, 24, 26 e 27 de maio de 2023), percebeu-se que elas seguem o mesmo ritmo durante a semana, não havendo alterações neste período. Devido a isso, realizou-se um apanhado dos principais achados durante os dias observados como forma de ilustrar a dinâmica produtiva observada.

A movimentação na redação da TV Anhanguera começa bem cedo, com o Bom Dia Tocantins, por volta das 5h30, com a chegada da jornalista e âncora do BDT, Jocyelma Santana, parte da equipe técnica que viabiliza a exibição do telejornal, da editora executiva do BDT e JA1, Shelsea Shasmila, responsável por garantir a entrada de todas as matérias inseridas no espelho, ou reorganização do espelho em caso de alguma eventualidade; e dos repórteres da manhã, designados para as entradas ao vivo, ou gravação de matérias das edições posteriores. Os dados do pré-teste, obtidos no dia 16 de maio de 2023 também fazem parte dos relatos descritos abaixo.

Logo que o BDT entra no ar, às 6h, a jornalista, Glenda Barros¹⁴, chega à redação para fornecer suporte à apresentadora. As primeiras atribuições estão na checagem do espelho do telejornal, e-mail e das mensagens não lidas no dia anterior no WhatsApp institucional. Um televisor fica sempre ligado na redação para acompanhamento da programação ao vivo e orientação temporal do andamento do telejornal.

A partir das 7 horas começam as primeiras entradas ao vivo com deslocamento dos repórteres por diversos pontos da cidade (*flashes*) e nas dependências da emissora (*links*). A mudança de cenários tem como objetivo tornar o telejornal mais dinâmico e trazer ao telespectador a sensação da emissora estar em todos os cantos da cidade.

Logo às 8 horas começam a chegar os primeiros profissionais do JA1 – repórteres, produtores e chefe de produção. Cada chefe de produção atua em dois telejornais (BDT/JA1 e JA1 e JA2), com auxílio dos editores-chefes, editores e produtores.

Por volta das 8h30, com o fim do BDT, os jornalistas responsáveis pela produção do primeiro telejornal iniciam a reunião de pauta para definir os próximos assuntos a serem tratados, além de comentarem sobre a edição recém-finalizada. A participação da pesquisadora

¹⁴ Na época da realização da pesquisa de campo, Glenda Barros atuava como estagiária, por este motivo não foi selecionada para responder às perguntas aplicadas aos jornalistas participantes. Em fevereiro de 2024 foi contratada pela TV Anhanguera.

nas reuniões de pauta não foi permitida, portanto, apenas sendo possível descrever de forma geral o objetivo deste momento na rotina de produção.

Partindo agora para a apresentação dos achados cronológicos envolvendo o JA1, apesar da maior parte do telejornal ser logo no início da tarde, o trabalho começa ainda pela manhã com a reunião de pauta feita por WhatsApp, por volta das 9 horas. São discutidos os assuntos já aprovados, o material reproduzido no BDT e o que poderá ser aproveitado no JA1, bem como as novas notícias em curso.

Não existem recortes claros da separação do trabalho entre os telejornais, tudo acontece ao mesmo tempo, sendo necessário uma sincronia entre a equipe. A delimitação é melhor vista no trabalho dos produtores, pois cada telejornal tem seus profissionais designados a estas funções e mesmo um assunto abordado nos três telejornais, ganha um recorte diferente, por exemplo, se o BDT inclui na pauta uma matéria sobre dengue, poderá apresentá-la com uma entrevista ao vivo, *link* ou *flash*. O JA1 poderá exibir uma matéria gravada trazendo dados e a participação de alguma fonte popular, como alguém que já teve a doença. A JA2 poderá trazer um recorte com dados mais aprofundados e mostrando o cenário na capital, com a atuação governamental. Um mesmo assunto tratado de formas diferentes e adaptadas às características de cada telejornal.

No decorrer do período da manhã são feitas as confirmações das entrevistas ao vivo, os últimos ajustes da edição do JA1 do dia, e inclusão de notícias de última hora. Com o início do telejornal, às 11h45, os profissionais designados para o JA1 concentram as ações na condução do telejornal.

Com o encerramento do JA1, o foco agora é a exibição do JA2, mais curto, mas com a exibição das principais notícias ocorridas ao longo do dia no Tocantins, sejam já exibidas ou inéditas, ou utilizando o recurso dos *flashes*, para notícias de última hora. O período da tarde na TV Anhanguera é bem intenso, não tendo sido possível interromper o trabalho dos jornalistas no sentido de entender melhor o que cada um estava fazendo.

O período da tarde é similar ao da manhã, pois além da preocupação com a exibição do material do dia, os jornalistas dividem o tempo de trabalho com a produção das edições dos telejornais do dia seguinte.

No período noturno, a pesquisadora chegou à redação às 18 horas, uma hora antes da exibição do JA2. Percebeu-se que o ritmo intenso no ambiente se manteve como nos demais horários. Os ajustes do material dos telejornais dos próximos dias seguem sendo feitos, como as confirmações pendentes de entrevistas previstas para o BDT do outro dia.

Os repórteres escalados nas entradas ao vivo no JA2 repassam as últimas informações e seguem aos destinos dos flashes, e minutos antes no início do telejornal, nos casos dos *links* feitos em frente ao prédio da empresa e pátio interno. Ao longo dos 30 minutos de exibição do JA2 é feito o revezamento das notícias de Palmas e do interior, conforme material disponível neste dia. Da mesma forma dos demais horários, a comunicação interna e externa obedece ao uso do WhatsApp, e-mail, ligação telefônica, *iNews* e comunicador interno.

Com o fim do JA2, às 19h40, os repórteres em campo retornam à redação e o ritmo de trabalho diminui. A versão final do espelho do BDT é enviada em média às 23 horas, uma hora antes da saída da editora responsável pelo fechamento do expediente.

Aos finais de semana, a rotina na redação é alterada devido a quantidade menor de jornalistas em campo. No sábado, a movimentação começa às 7h30 com a chegada das equipes de reportagem (repórter e cinegrafista) e edição. O foco neste dia é a exibição do JA1 e JA2 e ajustes nos espelhos do BDT na semana que virá. O expediente é encerrado por volta das 20h15, já com a circulação da equipe da tarde, contando ao longo do dia, com 16 pessoas escaladas, entre jornalistas e cinegrafistas.

No domingo entram em cena os plantonistas, sendo três editores, dois produtores, quatro repórteres e quatro cinegrafistas que se revezam no período da manhã, tarde e noite. A abertura dos trabalhos acontece a partir das 7h e seguem normalmente até 20h15, quando o espelho do BDT é aprovado pelos editores e coordenadores.

5.1.2 WhatsApp na rotina de produção da TV Anhanguera

O trabalho jornalístico com o auxílio do WhatsApp na redação da TV Anhanguera foi percebido, especialmente, por meio do número institucional, dos grupos da emissora e dos números pessoais dos jornalistas. O número institucional é usado exclusivamente para recebimento das mensagens dos telespectadores, participação em um número limitado de grupos de assessoria, rápida interação com alguns telespectadores, e encaminhamento das mensagens aos jornalistas da TV Anhanguera em seus números pessoais ou grupos gerais no qual não tenha restrições de informações com a equipe.

A comunicação em tempo real entre a âncora e a redação é feita via WhatsApp institucional e pessoal ou pessoal e pessoal. No decorrer da transmissão do BDT e introdução dos quadros, tendo como quadros fixos, de segunda a sexta-feira, o Bom Dia Responde e #TôNoBDT, é que acontece a interação em tempo real entre a TV Anhanguera e os telespectadores via WhatsApp. Nos dias de observação não se constatou nenhuma outra forma

de contato entre essas partes, comum via ligações telefônicas antes da popularização do aplicativo.

O quadro Bom Dia Responde é o de mais relevância do BDT, levando em consideração a interação proporcionada por ele, sendo primordial para que a TV Anhanguera Tocantins consiga preencher as duas horas e meia de programação do telejornal com as notícias regionais. O quadro entrevista especialistas sobre o assunto do dia. As perguntas são elaboradas tanto pela produção quanto enviadas em tempo real pelos telespectadores e abordam diversas áreas de interesse da população, como saúde, direito e educação. A preferência é sempre das perguntas enviadas pelo público.

Glenda Barros realiza uma pré-seleção das mensagens recebidas no WhatsApp antes de encaminhar para a âncora, que recebe em um tablet logado com seu perfil pessoal no aplicativo. Essa filtragem facilita o trabalho da apresentadora, que não lida diretamente com o número institucional e precisa se concentrar na condução do telejornal.

No número institucional são recebidas mensagens de texto, fotos e vídeos. A única recomendação feita pela chefia aos jornalistas é não receberem e evitarem realizar ligações com o número institucional, pois a intenção é manter controle sobre o conteúdo de todas as conversas. Esse controle é uma forma dos chefes de produção saberem o que os jornalistas conversam com as fontes via WhatsApp, além de manter um histórico de mensagens e banco de fontes para futuras reportagens.

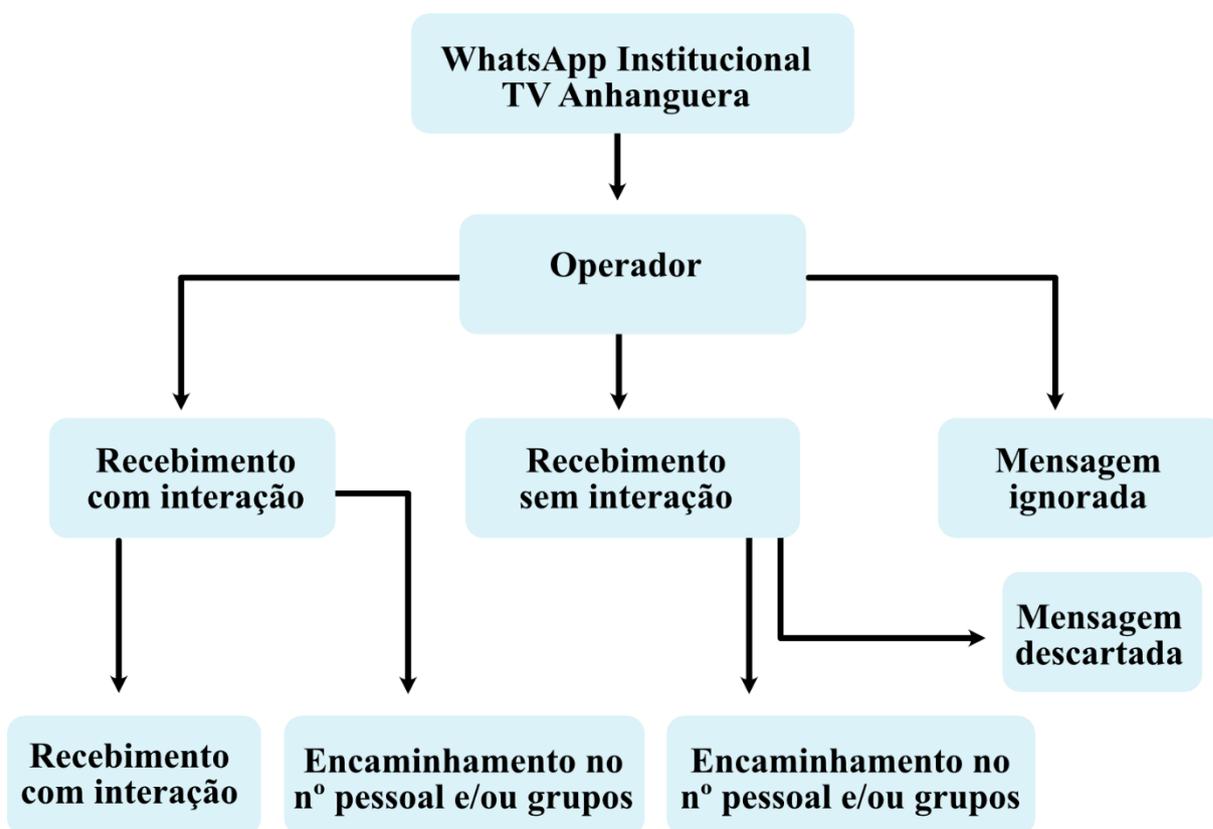
Essas futuras fontes são localizadas usando palavras-chaves na busca no histórico de mensagens. Por exemplo, no dia 22 de maio, a equipe de produção procurava uma fonte popular que pudesse falar sobre o programa assistencial Bolsa Família, realizando então uma busca com a palavra-chave “bolsa família”, como resultado, localizou-se pessoas que enviaram mensagens em momentos distintos com denúncias ou dúvidas sobre o programa governamental.

Não existe um critério definido sobre quais mensagens serão respondidas. Ocorre de forma mais intuitiva conforme a dinâmica de assuntos do dia. Segundo Glenda Barros (2023, informação verbal), a partir da experiência com a prática diária do jornalismo e o tipo de informação que pode virar notícia, ela vai selecionando e fazendo os encaminhamentos necessários. Se for mensagem para os quadros, ela manda para o apresentador do telejornal, sem correção textual, apenas encaminhamento do texto e fotografia, quando se trata do #TôNoBDT. A equipe técnica projeta o conteúdo recebido para um televisor dentro do estúdio, de forma que o entrevistado também tenha acesso.

Ao longo do dia, as informações que chegam via WhatsApp institucional na redação passam por uma filtragem inicial feita pelo operador, ou seja, a pessoa que está utilizando o

celular no momento, para que ocorra o direcionamento aos telejornais conforme o perfil de cada um deles. Neste momento, o fluxo das mensagens obedece a seguinte ordem: recebimento com interação, recebimento sem interação e mensagem ignorada. No primeiro caso, a mensagem pode ser descartada ou encaminhada ao número pessoal dos jornalistas ou nos grupos da TV. Caso a mensagem não tenha interação, ela poderá ser descartada ou encaminhada ao número pessoal dos jornalistas ou grupos (Figura 6).

Figura 6 – Fluxo de mensagens no WhatsApp institucional da TV Anhanguera



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Além do fluxo envolvendo o número institucional, desde o início do BDT até a finalização do expediente do dia, no período noturno, os jornalistas conversam entre si pelos números pessoais de forma direta ou nos grupos da TV Anhanguera. Ao todo são 24 grupos divididos conforme o objetivo e, conseqüentemente, os membros são definidos de acordo com o cargo no qual exercem e as atribuições de trabalho (Quadro 15).

Quadro 15 – Grupos da TV Anhanguera Tocantins no WhatsApp (Continua)

Nome	Participantes	Objetivo
Chefia's TO	Chefe de produção, editores-chefes e coordenadores de Palmas, Araguaína e Gurupi.	Discutir assuntos de gestão, dia a dia da redação e pautas.
Chefia	Coordenadores e editores de Palmas, Araguaína e Gurupi.	Discutir pautas e compartilhar espelhos dos telejornais.
TV Chefia	Coordenadores de Palmas, Araguaína e Gurupi.	Apenas assuntos mais relevantes. Sempre colocam os relatórios, instruções do que fazer, o que mudou no espelho e programação de pautas. Também recebe o espelho dos jornais.
Editores	Todos os editores, auxiliares de edição e chefes de produção.	Discutir pautas, espelho e compartilhamento de informações para o funcionamento dos telejornais.
BDT Geral	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos administrativos.
BDT Mídias	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas.	Envio de fotos e vídeos que serão usados na programação dos telejornais.
BDT Produção	Reúne editores e toda a produção técnica de Palmas (sem repórteres e equipe do interior).	Compartilhamento de informações técnicas e do espelho dos telejornais.
JA1 Geral	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos administrativos
JA1 Mídias	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas.	Envio exclusivo de vídeos e fotos
JA1 Produção	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos administrativos
JA2 Geral	Reúne toda a equipe de jornalismo, inclusive os estagiários e cinegrafistas. Podem ser enviados vídeos e fotos.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos administrativos
JA2 Produção	Reúne os produtores e editores do Jornal Anhanguera 2ª edição.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias

Quadro 15 – Grupos da TV Anhanguera Tocantins no WhatsApp

Produção	Apenas os produtores dos três telejornais	Todos os assuntos relacionados à produção de matérias
Reportagem	Repórteres e coordenadores.	Todos os assuntos relacionados à produção de matérias
Cinegrafia	Cinegrafistas e coordenação.	Troca de informações sobre os vídeos que irão ao ar
TV e G1	Todos os jornalistas da TV, cinegrafistas e equipe do G1	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias.
Coord. Produção	Cinco participantes: Chefe de Redação, Chefes de Produção, Coordenador de Rede e Coordenadora do G1.	Discutir pautas de maior relevância para a TV e G1 Tocantins
Editores Palmas	Conta com todos os editores de Palmas.	Tratar das pautas e organização da dinâmica de trabalho
Esporte Tocantins	Conta com a âncora do BDT (telejornal que recebe o quadro de esportes Destaques do GE), o coordenador do Globo Esporte Tocantins, duas produtoras da TV, a jornalista de Gurupi e um jornalista do G1.	Aborda exclusivamente as pautas relacionadas ao esporte regional.
Oficina de Texto	Criado em Goiânia e reúne toda a equipe de TV do Grupo Jaime Câmara.	Toda sexta-feira uma fonoaudióloga faz uma oficina para treinar texto de TV. O treinamento é pelo Teams.
Núcleo Rede	Chefe de Redação, o Coordenador de Rede, chefes de produção e a Coordenadora do G1.	Discute-se assuntos que podem virar pauta nacional.
GJC TO Comunicação	Todos os funcionários do Grupo Jaime Câmara no Tocantins	Assuntos administrativos e de interesse da comunicação interna.
Pautas JA1 Araguaína	Produtores e coordenadores de Palmas e Araguaína	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos gerais.
Pautas JA1 Gurupi	Produtores e coordenadores de Palmas, além da equipe de Gurupi.	Envio de sugestões de pautas, informações que podem virar matérias e assuntos gerais.

Fonte: Elaborado pela autora a partir da observação realizada na TV Anhanguera em 2023

O encaminhamento direto ao G1 Tocantins, de mensagens recebidas no WhatsApp institucional, também foi uma prática observada. Os profissionais do site apuram e publicam a matéria, sendo divulgada posteriormente pela TV. Isso acontece com muita frequência, principalmente quando a equipe da TV não pode destacar um jornalista naquele momento para checar as informações recebidas.

Também no decorrer da tarde e noite, as tratativas seguem de forma intensa no WhatsApp pessoal dos jornalistas e dentro dos grupos da TV Anhanguera. Os jornalistas, principalmente os da produção, falaram com fontes para agendamento de matérias. A maior

parte é pelo WhatsApp, mas observou-se que poucos ainda realizam contato com as fontes por ligação telefônica.

Apresentados os principais pontos da rotina de produção na TV Anhanguera, parte-se agora para a descrição das informações sobre a CBN Tocantins.

5.2 CBN Tocantins – a rádio que toca notícia

A história da rádio Central Brasileira de Notícias Tocantins, ou simplesmente CBN Tocantins, é mais recente, tendo iniciado suas atividades em Palmas em 31 de março de 2011, após a extinção da rádio Araguaia FM. No estado é a única emissora no formato *all news*, exclusivamente voltada à difusão de notícias, portanto, não contempla em sua grade a reprodução de programação musical.

A CBN Tocantins faz parte das 33 afiliadas da Rede CBN, tendo apenas quatro emissoras próprias em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte. Além de Palmas, operando na frequência FM 104.7 MHz, a CBN Tocantins possui emissora em Araguaína, operando na frequência 106.3 MHz desde 2016.

Quanto ao alcance do sinal da rádio, apenas 32 municípios tocantinenses (Quadro 16) fazem parte da cobertura, porém, por possuir um site próprio (<https://www.cbntocantins.com.br/>), a CBN Tocantins aumenta o alcance das informações e pode ser acessado por qualquer pessoa no mundo, desde que tenha acesso à internet. Além da transmissão on-line da programação, as principais matérias e todas as edições das colunas estão disponíveis no site.

Quadro 16 – Abrangência do sinal de rádio da CBN Tocantins

Cobertura de sinal da CBN Tocantins		
Aliança do Tocantins	Aparecida do Rio Negro	Barrolândia
Chapada da Areia	Chapada da Natividade	Crixás do Tocantins
Dueré	Fátima	Gurupi
Ipueiras	Lagoa do Tocantins	Lajeado
Miracema do Tocantins	Miranorte	Monte do Carmo
Monte Santo do Tocantins	Natividade	Nova Rosalândia
Novo Acordo	Oliveira de Fátima	Paraíso do Tocantins
Pindorama do Tocantins	Pium	Ponte Alta do Tocantins
Porto Nacional	Pugmil	Rio dos Bois
Rio Sono	Santa Rita do Tocantins	Santa Tereza do Tocantins
	Silvanópolis	Tocantínia

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados comerciais da CBN Tocantins em 2023

A grade de programação da CBN Tocantins possui apenas três programas, todos produzidos em Palmas: CBN Tocantins, Debate CBN Tocantins e CBN Tocantins Cultura, sempre ao vivo e comandados por um jornalista de Palmas. A emissora também dispõe de seis colunas, comandadas por especialistas relacionados ao tema da coluna.

As colunas estão inseridas dentro do programa CBN Tocantins e variam de 5 a 15 minutos no ar. Os assuntos tratados nas colunas são variados e não contemplam obrigatoriamente temas regionais, mas sempre abordam informações consideradas de interesse da população (Quadro 17).

Quadro 17 - Programação regional da CBN Tocantins

Programa ou Coluna	Produção	Periodicidade	Horário
Programa CBN Tocantins	Produzido em Palmas, mas com participação da jornalista de Araguaína.	Segunda a sexta-feira	9h40 às 12h
Programa Debate CBN Tocantins	Produzido pela equipe de Palmas.	Sábado	10h às 11h
Programa CBN Tocantins Cultura	Produzido pela equipe de Palmas.	Sábado	11h às 12h
Coluna Café com Notícia	Faz parte do programa CBN Tocantins e recebe duas jornalistas do JTO e Daqui.	Segunda a sexta-feira	Por volta das 10h20 com duração média de cinco minutos.
Coluna CBN Justiça	Faz parte do programa CBN Tocantins, tendo como responsável pelas informações o advogado Dídimio Heleno.	Segunda-feira	Por volta das 9h50 com duração média de dez minutos.
Coluna CBN Saúde	Faz parte do programa CBN Tocantins, tendo como responsável a médica Marcela Pitaluga.	Quarta-feira	Por volta das 10h50 com duração média de dez minutos.
Coluna Na Ponta da Língua	Faz parte do programa CBN Tocantins, tendo como responsável pelas informações o professor Carlos André.	Terça-feira	Por volta das 10h50 com duração média de 10 minutos.
Coluna Sustentabilidade no Ar	Faz parte do programa CBN Tocantins, tendo como responsável pelas informações o engenheiro agrônomo Ramis Tetu.	Quinta-feira	Por volta das 09h50h com duração média de dez minutos.
Coluna De Bem Com a Vida	Faz parte do programa CBN Tocantins, tendo como responsável pelas informações o empresário Omar Hennemann.	Sexta-feira	Por volta das 09h50h com duração média de 15 minutos.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de informações da equipe da CBN Tocantins (2024)

A estrutura da emissora no estado é bem enxuta e possui apenas doze funcionários, sendo cinco jornalistas, cinco operadores técnicos e dois estagiários de jornalismo. Do total de profissionais, apenas dois atuam em Araguaína: a jornalista Dayse Moreira Gomes Mamede, que exerce as funções de produtora e repórter, e o operador de rádio Paulo Geovany Gomes Santana. A equipe de jornalismo de Palmas é formada pela âncora e coordenadora, France Emmanuelle Souto Santiago, pelo produtor e repórter, José Uendel Souza da Costa, a repórter Ana Gabriella Regis, e os estagiários Alice Reis Garção e Samuel Eric Rodrigues Cunha.

A divisão da cobertura jornalística da CBN Tocantins, assim como da TV Anhanguera, tem como fator a proximidade geográfica dos municípios com as cidades de Palmas e Araguaína, considerando a distância entre o local de origem da informação e a localização da equipe de jornalismo, a regionalidade e a similaridade com os assuntos. A equipe de Palmas assume a cobertura conforme os valores-notícia do acontecimento.

Os jornalistas da CBN de Palmas são responsáveis pela cobertura de 74 municípios, das regiões Central e Sul. Novamente é considerada a proximidade geográfica na divisão da área de cobertura jornalística (Mapa 4). A jornalista de Araguaína está incumbida da cobertura em 65 municípios próximos a cidade (Mapa 5). Palmas cuida da maior parte do conteúdo produzido, inclusive, quando necessário, assume o trabalho de apuração dentro do território atribuído à Araguaína.

Mapa 5 - Área de cobertura jornalística da CBN Tocantins de Araguaína



CBN



Fonte: Elaborado pela autora com informações obtidas durante observação na CBN Tocantins em 2023

5.2.1 Rotina de produção na CBN Tocantins

Com relação às atividades desenvolvidas pelos jornalistas na redação da CBN Tocantins nos dias em que a pesquisadora esteve na emissora (17, 22, 23, 24, 26 e 27 de maio de 2023), mesmo período selecionado na observação da TV Anhanguera, percebeu-se que seguem o mesmo ritmo durante a semana, sem alterações significativas. Devido a isso, foi realizado um compilado com os principais pontos observados nestes dias, sem detalhamento de cada um, mas tendo como ponto de partida o início da semana produtiva, a segunda-feira, dia 22 de maio.

Os jornalistas cumprem a jornada de trabalho de 5, 6 ou 7 horas diárias. A exceção é da coordenadora e âncora do programa CBN Tocantins, France Santiago, presente nos dois turnos de trabalho. Apenas próximo ao horário do início do programa é que acontece a chegada de France Santiago, porém, logo no início da manhã ela conecta-se pelo WhatsApp para distribuir as tarefas da manhã e orientar a equipe.

Os recursos e meios tecnológicos utilizados na comunicação na rotina de produção são o WhatsApp, e-mail, ligação telefônica, e um aparelho com função de rádio comunicador interligado com a equipe técnica de Palmas e Araguaína. Assim como na TV Anhanguera, percebeu-se que a maior parte dos processos envolve o WhatsApp pessoal dos jornalistas e grupo de trabalho no qual estão inseridos.

Com apenas um programa regional na grade de segunda a sexta-feira, as atividades da CBN Tocantins são intensas apenas pela manhã, mas o funcionamento também acontece no período vespertino. O expediente começa às 8 horas com a chegada da jornalista Ana Gabriella Régis, do produtor, Marcelo Rodrigues Silva e da estagiária da manhã, Alice Reis Garção. Logo que chega à redação, a equipe da manhã revisa o espelho do programa CBN Tocantins e prepara notas para a entrada que fará ao vivo no programa, bem como as que serão inseridas ao longo da programação da CBN no dia, incluindo o site.

Ao longo das duas horas e 20 minutos de programa, a âncora intercala com interação com ouvintes, leitura de notícias, participação do colunista do dia, uma entrada ao vivo da equipe do Jornal do Tocantins, previsão de tempo, e notícias locais produzidas pela CBN Palmas e Araguaína.

A participação da jornalista de Araguaína durante o programa CBN Tocantins acontece ao vivo, no Giro de Repórter, com as notícias de última hora, e com matérias gravadas e melhor trabalhadas no dia ou dias anteriores, inclusive reportagens especiais. De segunda a sábado o estúdio recebe entrevistados, colunistas ou convidados por eles, desta forma a programação se torna mais fluída com a participação de mais vozes.

Nos intervalos do programa CBN Tocantins, a âncora France Santiago verifica seu e-mail institucional, da CBN local, G1 Tocantins e Jornal do Tocantins, com objetivo de verificar as atualizações das notícias. Também se verificou que durante os intervalos realiza a revisão de notas e orienta a equipe sobre as tarefas do dia.

Assim que o programa acaba, os jornalistas que estavam no estúdio retornam à redação para finalização das atividades da manhã e preparação dos próximos assuntos que serão abordados pelas profissionais da tarde.

O turno da tarde inicia oficialmente às 14 horas, com a chegada do produtor e repórter José Uendel Souza da Costa, do estagiário Samuel Eric Rodrigues Cunha e da âncora France Santiago. Após a checagem dos assuntos em andamento, o profissional atenta-se à produção da próxima edição do programa CBN Tocantins, da atualização das notícias no ar, e apuração das notícias surgidas no decorrer do expediente. Em dois dos seis dias observados, José Uendel foi escalado para o turno da manhã, dando apoio a âncora do programa CBN Tocantins, com entradas ao vivo e organização da participação dos colunistas e entrevistados. Por ter sido gravado, não contou com a participação dos ouvintes.

A equipe da tarde, descrita acima, é responsável pela atualização das notas e produção de reportagens que irão ao ar ao longo da semana. O ritmo é leve e flui de forma tranquila sob supervisão da coordenadora. Com a inserção das novas notícias do dia, produção do espelho do próximo CBN Tocantins, o expediente da tarde encerra por volta das 19 horas.

No sábado observado, o Debate CBN Tocantins ia ao ar das 11h às 12h, mudando de horário apenas em 2024 com a estreia do programa CBN Tocantins Cultura. Prioritariamente o programa Debate CBN Tocantins é apresentado ao vivo, mas no dia observado foi ao ar gravado, em razão da ausência programada da France Santiago no sábado.

Aos finais de semana o trabalho é sob regime de plantão. Aos sábados apenas um jornalista é escalado, chegando ao local às 8 horas e saindo apenas ao final do seu expediente (13, 14 ou 15 horas). No dia observado, o profissional que estava na redação apenas produziu notas para rodarem no final de semana e nas primeiras horas de segunda-feira, suficientes para suprir o quantitativo de notícias regionais até a atualização no início da semana.

Aos domingos entra em ação novamente o plantonista, mas atuando remotamente na sua jornada normal de trabalho. O intuito da CBN Tocantins é ter um profissional escalado caso aconteça algum fato de grande importância e que precise ser noticiado naquele dia. Apesar de atuar fora da redação, ele grava o material em áudio e é enviado ao técnico escalado no plantão que insere o material no ar.

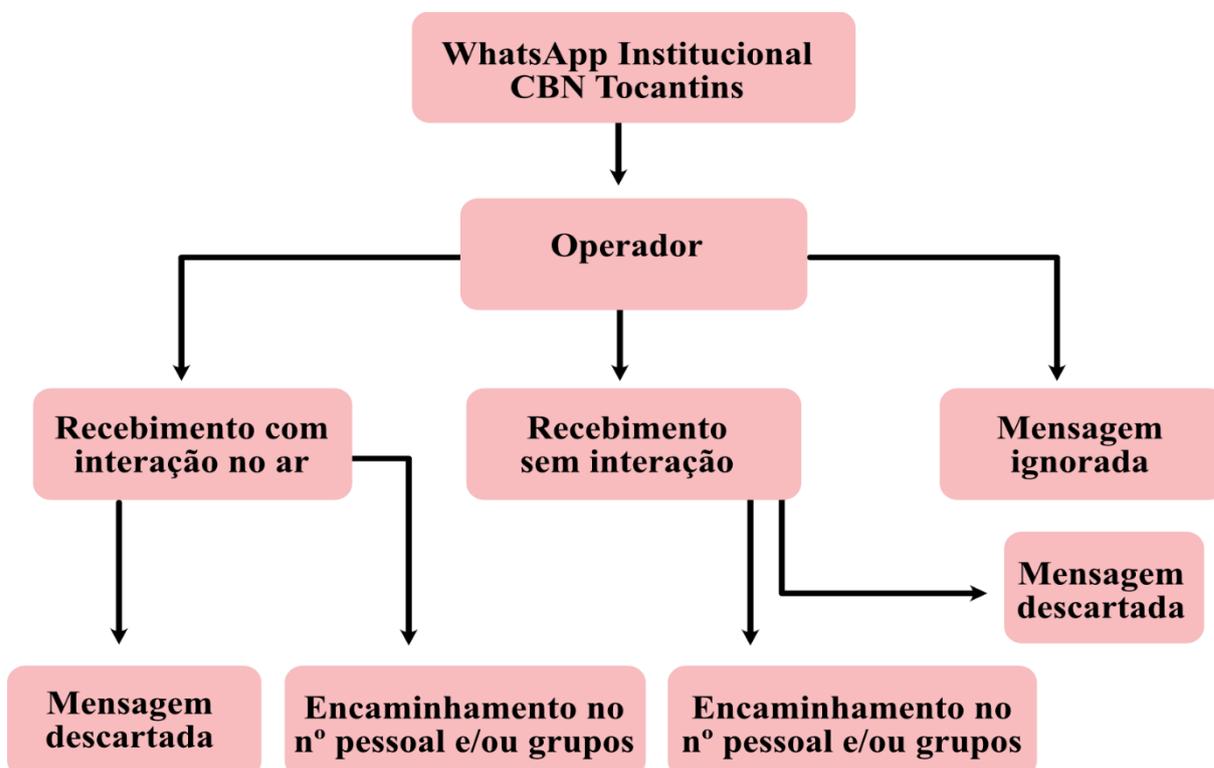
5.2.2 WhatsApp na rotina de produção da CBN Tocantins

Percebeu-se o trabalho jornalístico com o auxílio do WhatsApp na redação da CBN Tocantins, especialmente, por meio do número pessoal dos jornalistas, do único grupo de trabalho da rádio e de forma mais tímida, no número institucional. O fluxo de mensagens no contato oficial da emissora é bem menor, comparado ao da TV Anhanguera, e concentra-se, principalmente na trocar amabilidades entre France Santiago e os ouvintes.

A CBN Tocantins adotou a conta institucional no ano de 2017 para a interação com os ouvintes e recebimento de sugestões de pautas. Apenas a coordenadora e âncora, France Santiago, manipula o número institucional da rádio. O contato está instalado no telefone institucional utilizado por ela e não fica disponível aos demais jornalistas. A CBN Tocantins não possui grupos para ouvintes, comunidades e canais destinados aos ouvintes. O único grupo que existe é formado pela equipe da emissora, inclusive de Araguaína.

Nos dias de observação, a pesquisadora constatou que todas as mensagens recebidas no contato institucional foram respondidas apenas no ar e citando o nome das pessoas, estabelecendo um laço e inserindo os ouvintes na programação do dia (Figura 7). Esta estratégia é adotada com intuito de demonstrar, não só a quem enviou a mensagem, mas aos demais ouvintes, que os conteúdos são recebidos e existe interação imediata.

Figura 7 - Fluxo de mensagens no WhatsApp da CBN Tocantins



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Ao longo da apresentação do programa CBN Tocantins é feita a divulgação do número institucional e as pessoas são convidadas a interagirem por meio da ferramenta, com comentários sobre os assuntos abordados, sugestões de pautas ou uma simples interação desejando “bom dia”.

A interação com os ouvintes pelo WhatsApp institucional acontece, especialmente, no horário do programa CBN Tocantins, com comentários sobre os assuntos discutidos, votos de bom trabalho e mensagens gerais. Observou-se o recebimento de mensagens de ouvintes das cidades de Palmas, Porto Nacional e dos estados de Sergipe e Mato Grosso. São ouvintes cativos e já conhecidos da apresentadora, pois sempre enviam mensagens e participam do programa. Apresenta-se abaixo exemplos de mensagens enviadas pelos ouvintes (Figura 8).

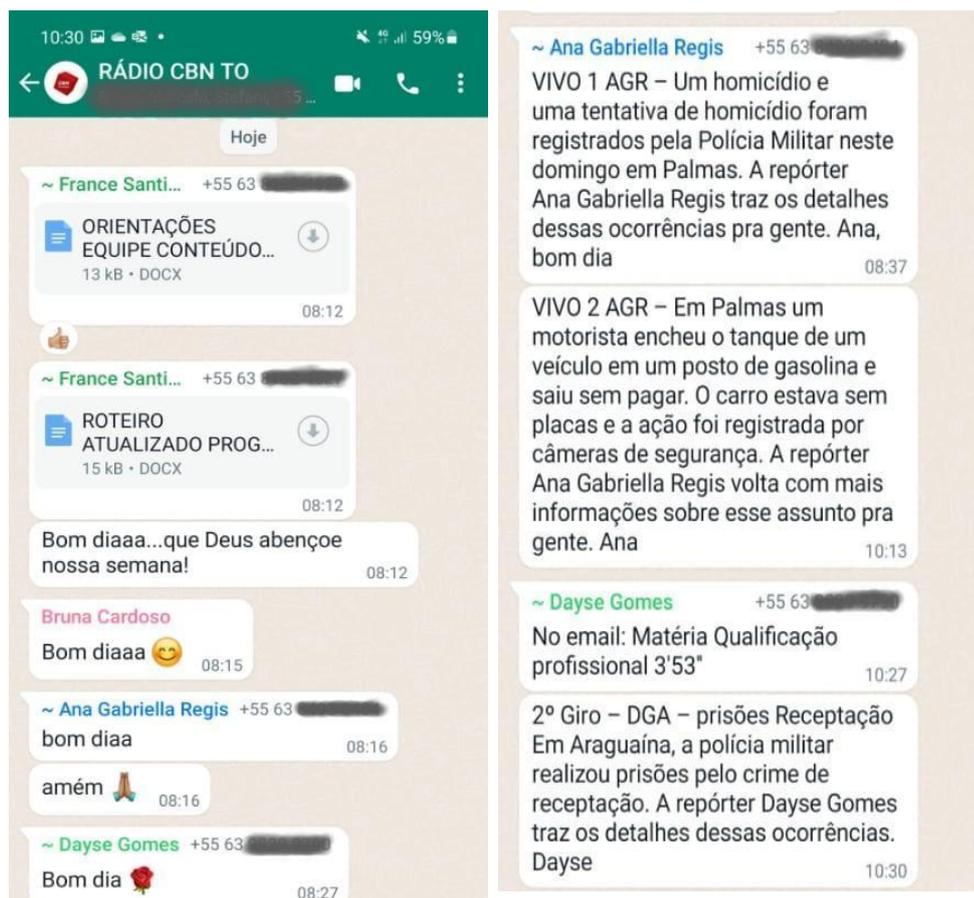
Figura 8 - Exemplo de mensagem recebida pela CBN Tocantins no WhatsApp



Fonte: Captura de tela do WhatsApp da CBN Tocantins retirada durante a pesquisa de campo em 2023

No grupo de trabalho são discutidos o espelho da programação, dinâmica do dia e questões administrativas (Figura 9). Também nele é onde são discutidas as pautas, já que a emissora não possui uma reunião para este fim. A discussão é, geralmente, de forma unilateral conforme as determinações da coordenadora a partir do que capta de matérias que devem ser apuradas, ou das sugestões provenientes dos próprios jornalistas.

Figura 9 – Exemplo de mensagens trocadas no grupo da CBN Tocantins



Fonte: Captura de tela do WhatsApp da CBN Tocantins retirada durante a pesquisa de campo em 2023

Descritos os principais pontos observados na rotina de produção na CBN Tocantins, parte-se agora para a descrição das entrevistas feitas com os jornalistas selecionados na TV Anhanguera e na CBN Tocantins.

5.3 Percepções dos jornalistas da TV Anhanguera e CBN Tocantins sobre os usos do Whatsapp no jornalismo regional

Esta seção apresenta os resultados das entrevistas realizadas com sete jornalistas da TV Anhanguera e três da CBN Tocantins no ano de 2023. Os achados estão divididos em quatro eixos temáticos, que buscam dar conta da usabilidade do WhatsApp na produção noticiosa regional. Os eixos, descritos abaixo, são: a) definição e prática do jornalismo regional; b) WhatsApp na produção de notícias regionais e a relação com as cidades do interior; c) inserção do WhatsApp na rotina de trabalho; e d) as vantagens e desvantagens do uso do aplicativo pelos jornalistas.

5.3.1 Definição e prática do jornalismo regional

De modo geral, os entrevistados entendem o jornalismo regional como o trabalho de produção de notícias que acontece ou que interessam àquela região específica, região de proximidade com o jornal, e o fazem de forma a alcançar a maior parte das cidades tocantinenses, retratando seus costumes, crenças e acontecimentos. As definições de jornalismo regional apresentadas pelos entrevistados trazem em comum definições voltadas aos aspectos culturais, similaridades territoriais e características ambientais. “São as notícias que tratam de temas que dizem respeito a região que a gente vive, região onde o veículo existe” (Rehbein, TV Anhanguera, 2023, informação verbal).

Para o repórter da TV Anhanguera, Kaliton Mota (2023), o jornalismo regional é o ato de transformar uma notícia nacional em regional, com características da localidade. É tanto o processo de noticiar o que é nosso mesmo de fato, que está acontecendo no Tocantins, mas também pegar assuntos regionais e regionalizar:

O jornalismo regional nada mais é que trazer uma realidade mais próxima. A gente vê por exemplo, na Globo no caso, que mostra coisas nacionais que podem impactar o Brasil inteiro, mas também podem impactar só o Rio de Janeiro e São Paulo. Nós temos o trabalho enorme aqui de mostrar o que é nosso sabe, noticiar com a nossa cara, com o nosso jeito, com os nossos ditos populares, com a nossa forma de falar, aquele jeito tocantinense, aquele sotaque que às vezes as pessoas acham que a gente não tem. Então para mim, o jornalismo regional engloba três vertentes: aproximar por ser nosso, por ser a gente falando com a gente; aproximar pegando o nacional e trazer; e também noticiar o que é nosso para a gente mesmo (Mota, TV Anhanguera, 2023, informação verbal).

O interesse da sociedade é uma das características consideradas pelo entrevistado Igor Pires (2023), da TV Anhanguera, ao definir o conceito de jornalismo regional como a busca por informações de locais. “Aquilo que seja da questão cultural, fatos do momento mesmo, factualizados, questões que trazem um fator notícia daquela região onde está sendo noticiado, onde as pessoas vão levar a informação e receber também” (Pires, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Na visão de Botelho (2023), da TV Anhanguera, o conceito de jornalismo regional é focar na região em que se trabalha, mostrar a cultura, como as pessoas vivem e retratar o local no qual vivem. Para Peres (2023), também da TV Anhanguera, o jornalismo regional vai além do trabalho feito pela TV na região, pois é preciso saber se o que acontece em outros estados e avaliar se terão impactos no Tocantins:

Nem toda a realidade quer dizer que seja a mesma que a sua. Eu tenho muito um olhar voltado para o Tocantins e para as coisas que acontecem aqui e que não se repetem em outros estados. Assim, com algumas coisas que vêm de outros estados e eu sei que é diferente da realidade do Tocantins. Se vamos falar de tempo, no Sudeste está no inverno, porque o hemisfério Sul está no inverno, mas no Tocantins não acontece a mesma coisa, estamos no período mais quente, mais seco e a população estará sendo afetada por outros problemas que não acontecem no Sul e Sudeste, como queimadas baixa umidade. São fatores que estaremos passando e eles não (Peres, TV Anhanguera, 2023, informação verbal).

Na concepção da coordenadora da CBN Tocantins, France Santiago (2023), o jornalismo regional atende as demandas da comunidade local com abordagens em diversos âmbitos.

Eu penso que jornalismo regional é você atender as demandas da comunidade local em diversos âmbitos como saúde, educação, segurança pública. É a gente cumprir de fato o nosso papel enquanto jornalista que é atender essas demandas a partir de sugestões também das comunidades, dos setores, algumas demandas que inquietam a população. Então eu penso que jornalismo regional é o fazer jornalismo para a comunidade local (Santiago, CBN Tocantins, 2023, informação verbal).

Na visão de Regis (2023), da CBN Tocantins, o jornalismo regional é voltado à cultura local em diversos sentidos, abrangendo tudo daquela região específica. Da mesma forma, Costa (2023), entende o conceito como o retrato das notícias de onde se mora, o que está ao redor e na região, desta forma diminui o deserto de notícias e contribui para o alcance da cobertura regional.

É uma atenção especial para o que está acontecendo onde a gente mora, onde a gente está ao redor, a nossa região, para que não se transforme em um deserto de notícias. Fazemos essa ampla cobertura do que está acontecendo, das informações necessárias para está informando, principalmente para quem mora nessa região (Costa, CBN Tocantins, 2023, informação verbal).

A maioria dos entrevistados da TV Anhanguera concorda que a emissora desenvolve no seu cotidiano o jornalismo regional. Apenas Luciane Marchesini (2023) discorda, em parte, da integralidade da produção regional da TV Anhanguera. Ao relacionar assuntos nacionais trazidos para a realidade local, nem sempre é possível realizar uma cobertura ampla e responder a todas as perguntas que possam surgir do telespectador.

Eu não acho que ela seja só o jornalismo regional, acho que abrange mais (...). Um exemplo, fizemos matérias recentes de golpes, todo mundo está sendo atacado, mas a gente trouxe para nossa realidade para mostrar que aqui as pessoas estão sofrendo esses golpes. Mas a gente ainda não tem uma política de combate para esses tipos de golpes, a polícia trabalha, mas ainda é um assunto que é novo, principalmente esses golpes na internet. Então assim, a gente traz para nossa realidade, tenta mostrar o que está acontecendo, mas não temos a solução. Para mim, o jornalismo tem que mostrar

a notícia e você tem que tentar mostrar a solução também (...). Então eu acho assim, para ser um jornalismo regional, você tem que trazer um contexto total, inclusive nós buscamos muitos profissionais de fora para responder situações nossas que às vezes infelizmente profissionais aqui dentro ainda não conseguem responder (Marchesini, TV Anhanguera, 2023, informação verbal).

Para Noira Botelho (2023), a TV Anhanguera Tocantins está enquadrada neste tipo de jornalismo, pois fala da região em que estão inseridos e os profissionais do veículo retratam e trazem a voz das pessoas que moram nessa região.

A gente sempre dá voz às expressões culturais. Além de mostrar o jornalismo estadual, subdividimos e trazemos as peculiaridades de cada região. Pessoal do Bico do Papagaio é muito peculiar, apesar do estado ser muito grande, tem regiões com suas características próprias. Então a gente sempre traz essa divisão sub regional. Por isso a TV tem as regiões Sul, Central, Norte e a gente tenta cobrir todas as regiões (Noira Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Ana Paula Rehbein (2023), confirma que o que é feito pela TV Anhanguera é jornalismo regional e, a depender do assunto, pode ter repercussão nacional. “Hoje eu atuo também como repórter de rede nacional, então são pautas regionais, mas de interesse nacional. Nem todas as pautas que a gente faz aqui tem repercussão nacional” (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

No ponto de vista da jornalista Nayna Peres (2023), a produção regional na TV Anhanguera Tocantins é vista em diversos pontos, citando como exemplo a contextualização os materiais oferecidos para a TV Globo, sempre sobre temas do Tocantins, como festas tradicionais que remetem séculos de história, fatos de grande apelo popular, como as envolvendo violência. “Então tudo isso é voltado para nossa região, problemas do nosso estado, mas que foram parar na grade nacional. Então produzimos que também estão sendo expostos nacionalmente” (Peres, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Botelho (2023) vai além, ao informar que existe uma outra camada de regionalização. Neste ponto entram as expressões culturais tradicionais do estado, mas com expressividade nas localidades nas quais acontecem, como a festa religiosa do Senhor do Bonfim, no município de Natividade. “Apesar do estado ser muito grande, tem regiões com suas características próprias. Então a gente sempre traz essa divisão sub-regional. Por isso, a TV está nas regiões Sul, Central, Norte e tenta cobrir todas as regiões” (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Mota (2023) salienta as cidades de origem da equipe da TV Anhanguera como um fator a ser considerado na produção regional, pois as experiências e conhecimento da realidade local auxiliam na produção dessas notícias. Desta forma, as notícias ganham um olhar genuinamente tocantinense.

Temos uma produção focada aqui, no que é nosso, nos problemas que para muita gente (...) realmente não existe. Mas para nós que somos de Palmas, do Tocantins, que temos essa realidade mais interiorana, sim, é um problema. Então a gente já tem essa posição focada no problema que é nosso, que para muita gente pode não ser, mas é um problema nosso. Eu acho que essa produção faz muito isso, e também pega muitos conceitos, eventos que são daqui mesmo do Tocantins e fazem todo esse trabalho (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A motivação do surgimento da emissora no Tocantins, como descrito no capítulo 4, é lembrada por Jocyelma Santana (2023) ao confirmar que a empresa possui produção regional. “Quando essa empresa foi implantada nessa região, o foco do seu empreendedor (..) era enfatizar o jornalismo voltado para essa região, os interesses dessa região e naquela época no Norte do então estado de Goiás” (Santana, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Rehbein (2023) considera que a produção regional da TV Anhanguera é uma marca da empresa e por estar enquadrado nesta categoria, obrigatoriamente produz matérias regionais, mas abre espaço para pautas de interesse geral, atribuindo elementos regionais para justificar a abordagem, como dados e personagens locais. Desta forma, a narrativa atende aos padrões estabelecidos pela emissora.

A marca da empresa é um veículo regional, então, se é um veículo regional, ele automaticamente produz matérias regionais. É claro que dentro da programação regional, abre-se espaço para discutir temas que não são regionais, por exemplo na área da saúde, na área do direito mesmo, são algumas entrevistas que tem o Bom dia Tocantins, que tem o J1 e que não necessariamente são assuntos locais, regionais. Mas a gente sempre tenta pegar um gancho regional, como os números, dados que possam contextualizar esse tema mais amplo em algo local (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Questionados se a CBN Tocantins faz jornalismo regional, as respostas são unânimes e todos consideram que a rádio traz notícias regionais. Costa (2023) lembra sobre a divisão territorial da cobertura jornalística como fator importante nesta produção.

Temos essa divisão para tentar cobrir a maior parte do estado e trazer essas informações. Acredito que a CBN Tocantins tem esse trabalho de jornalismo regional, por conta dessa divisão que a gente estabelece para estar cobrindo a maior parte dessas notícias e informações necessárias para população (Costa, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Na mesma linha de pensamento, Regis (2023) justifica a afirmativa pelo fato de a CBN Tocantins só abordar assuntos que acontecem no estado, pois é de responsabilidade da emissora nacional cuidar das pautas de interesse geral. “Quando existem pautas nacionais, tentamos pegar um recorte para o Tocantins para que os ouvintes tenham essa identificação de algo que esteja acontecendo perto deles” (Regis, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Por fim, Santiago (2023) afirma categoricamente que a CBN Tocantins faz jornalismo regional, ao construir diariamente as notícias por várias mãos, inclusive dos ouvintes, ao mandarem sugestões de reportagens e assuntos considerados importantes por eles.

Com relação a como é feito o jornalismo regional, a TV Anhanguera e a CBN Tocantins utilizam-se de diferentes estratégias no seu cotidiano: contato com assessorias e contato direto com as fontes; produção vinda das praças em Araguaína e Gurupi, no caso da TV e, Araguaína quando se trata da rádio; e deslocamento dos jornalistas até outros municípios. Na TV, o deslocamento acontece de forma menos frequente, e é adotado sempre levando em consideração a relevância do assunto.

Em situações em que a produção da TV tem interesse em noticiar, mas não consegue enviar um jornalista até o local, opta-se pela construção coletiva com as fontes, com o envio de vídeos, áudios e fotos que serão reproduzidas nos telejornais.

Às vezes a gente não viaja, porque é tempo, é diária, é esforço e às vezes é uma matéria curtiinha, então a gente consegue incluir o vídeo e alguns personagens. Esses dias, por exemplo, eu fiz uma matéria sobre a reutilização do vidro, e uns dos projetos que a gente colocou aqui, era de Paranã. Por vídeo conseguimos incluir o personagem. Então tem, existe esse deslocamento nessas cidades mais próximas, mas quando é uma matéria muito distante, tipo no Bico do Papagaio, a gente já faz duas matérias lá e aproveita a viagem para conseguir organizar essa logística (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Esse aproveitamento das demais matérias pela TV Anhanguera, que surjam durante a viagem, é confirmado por Rehbein (2023), principal repórter designada neste tipo de cobertura. Ela considera a escuta das demandas da comunidade sob o olhar do profissional de comunicação como diferencial. Como exemplo, cita a matéria sobre um idoso morador da cidade de Augustinópolis (TO), declarado morto por 28 anos, fato curioso de interesse do Jornal Nacional.

Nessa viagem daqui para o Bico do Papagaio, que são quase 700 quilômetros, na divisa do Maranhão, a gente acabou fazendo outras matérias pelo caminho, matérias que não estavam previstas, mas a gente se deparou no caminho e não tinha como não fazer. Uma delas era sobre uma estrada, a rodovia TO-134, que liga o município de Darcinópolis com o município de Angico, mas também interliga várias BRs e a Transamazônica. Nós tivemos dificuldade para passar lá, então nós paramos e fizemos uma matéria. Ouvimos os motoristas, eles mesmos pararam para gravar, pois são pessoas que passam normalmente por ali. Então ali, era uma matéria que eu sabia que nacionalmente não seria veiculada, mas é o puro jornalismo regional, de interesse daquela região, sabe-se lá quando outra equipe passaria por lá (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Ainda citando os critérios que justificam o deslocamento das equipes da TV Anhanguera, Pires (2023) inclui a limitação da quantidade de jornalistas na emissora, pois é

preciso fazer um remanejamento de equipes para que nenhum telejornal seja afetado. “A gente avalia muito a importância, o grau de relevância da notícia e onde aquela notícia está. Mas eu acho que a gente consegue atender quando tem uma história legal (Pires, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Marchesini (2023) confirma que os deslocamentos da equipe da TV Anhanguera ocorrem conforme a importância do assunto e determinação da chefia. Peres (2023) lembra a responsabilidade das praças de Araguaína e Gurupi na cobertura regional, facilitando o alcance jornalística, porém, em razões específicas os jornalistas de Palmas assumem o trabalho em razão da importância do assunto e por possuírem mais funcionários.

A cobertura regional da TV Anhanguera enfrenta limitações quanto aos custos e quantitativo de equipes. Sempre que surge uma pauta relevante com destacamento de pessoal de Palmas, abre uma lacuna na cobertura na cidade, como destacado por Pires (2023):

Uma equipe que a gente tira, já vai fazer falta para o JA2, que vai fazer falta para o BDT, que vai fazer falta para o JA1. Então, a gente avalia muito a importância, o grau de relevância da notícia e onde aquela notícia está. Somado os dois, sendo relevante e onde ela está, a gente acaba fazendo esse deslocamento. Mas eu acho que a gente consegue atender quando tem uma história legal (Pires, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

No que diz respeito a CBN Tocantins, Santiago (2023) informou que em nenhuma hipótese a rádio desloca jornalistas para outras cidades do interior, por mais relevante que seja o tempo, pois recorrem ao WhatsApp nesta cobertura para a apuração e captura de áudios. A participação popular é essencial nesta abordagem.

Não há deslocamentos para outras cidades do interior porque temos o recurso do WhatsApp, que é um meio de comunicação muito eficaz. Então os ouvintes de outras regiões que tem alguma demanda, sugestão ou algo que está inquietando-os, mandam as sugestões para nós por meio do WhatsApp. Então não tem deslocamento para o interior, apenas dentro de Palmas e em Araguaína, respectivamente por cada equipe das cidades (Santiago, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Antagonicamente, Costa (2023) lembra da ida de repórteres a cidades próximas de Palmas, mas com pouca incidência e apenas em casos especiais, a exemplo da matéria ‘Reportagem destaca comidas típicas de Porto Nacional e histórias de empreendedores’¹⁵, quando a repórter Ana Gabriella Regis precisou ir até a cidade para conseguir coletar mais

¹⁵ Matéria veiculada no dia 24 de agosto de 2023, disponível no endereço eletrônico: <https://www.cbntocantins.com.br/programas/cbn-tocantins/cbn-tocantins-1.318013/reportagem-destaca-comidas-t%C3%ADpicas-de-porto-nacional-e-hist%C3%B3rias-de-empreendedores-1.2700173>

informações a partir da sua percepção. Para suprir essa presença física nos municípios, novamente entra em cena a cobertura geográfica atribuída a Palmas e Araguaína.

No caso da região Norte, em Araguaína, nós temos uma repórter lá, então existe essa questão da divisão de repórteres no estado, aqui em Palmas e lá em Araguaína. Às vezes, não é com muita frequência, mas a gente desloca repórter para outras cidades, para cobrir algo especial (Costa, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Na mesma direção, Regis (2023), confirma a ida de jornalistas a outras cidades, mas como algo raro. “Às vezes existem convites de iniciativa privada que fornecem deslocamento, mas é bem raro, no mais, nós apuramos daqui” (Regis, 2023, CBN Tocantins, informação verbal). Até mesmo em Palmas a saída da equipe da redação não é eventual, dando preferência a apuração feita à distância, principalmente pelo WhatsApp.

Além dos deslocamentos e do aproveitamento de material de outras praças, o contato com as assessorias de comunicação do interior é outra estratégia utilizada pelos veículos para conseguir cobrir os municípios do estado. Ela acontece em duas frentes: envio de releases que pautam os veículos e como fonte oficial das informações dentro do processo de checagem das notícias. Este contato acontece das formas mais tradicionais com envio de e-mails, ligação telefônica e, mais recentemente, por meio das mídias digitais, principalmente o WhatsApp.

A gente recebe e-mail, mas por exemplo, o assessor lá de Guaraí, ele pode até mandar por e-mail, só que ele sabe que o e-mail não é mais tão usual assim, de repente ele quer negociar alguma ideia, ou propor já de uma forma. Às vezes eles mandam no e-mail e aí já correm no WhatsApp para sugerirem algo a mais, coisa que no e-mail que é mais formal, não é muito usual de você fazer (Mota, TV Anhanguera, informação verbal, 2023).

A partir dos depoimentos, percebe-se que a definição e a prática do jornalismo regional na TV Anhanguera Tocantins e CBN Tocantins está associada, principalmente, à cobertura de assuntos que ocorrem na região geográfica no qual o veículo está inserido, considerando ainda aspectos culturais e sociais típicos do Tocantins. Quando noticiam um assunto geral optam pela estratégia da inclusão de dados e fontes da região como uma forma de justificar a abordagem do tema selecionado.

Dentre as práticas de cobertura regional, o deslocamento até outros municípios é a menos utilizada dentro das redações. Prevalece o contato a distância pelos meios tradicionais ou pelas mídias digitais, com destaque para o WhatsApp. O papel das assessorias de comunicação é destacado, pois a maior parte do noticiário regional é construído por provocação

das assessorias ou com participação delas em algum momento do processo de produção ou aparece no produto final: a notícia no ar.

5.3.2 WhatsApp na produção de notícias regionais e a relação com as cidades do interior

Dentro da lógica de produção de notícias regionais, o WhatsApp é apontado pelos jornalistas como um facilitador do contato com as comunidades do interior do estado, suprindo, em parte, as deficiências no ambiente laboral TV Anhanguera e CBN Tocantins, com o enxugamento das redações e consequente excesso da carga de trabalho. Desta forma, o aplicativo tornou mais fácil o trabalho de apuração, não só dos acontecimentos em Palmas, mas nas demais localidades, expandindo a área de alcance da equipe.

Todos podem mandar comentários ou informações. Essa abertura faz com que tenhamos alcance aos locais que normalmente não conseguimos ir. Diversas vezes recebemos fotos, vídeos e áudios de pessoas que estão no interior e não conseguimos ir até elas. Eu me lembro de um caso da falta de energia no reassentamento em Porto Nacional, a ouvinte nos mandou fotos e áudios sobre o que estava acontecendo lá. Então é geralmente assim, pautas em locais mais isolados (Regis, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Peres (2023) concorda com Regis (2023) sobre a aproximação proporcionada pelo aplicativo aos veículos de comunicação. Para a produtora da TV Anhanguera, a emissora chegaria a cidades que não seria possível de outra forma. Como justificativa, ela exemplifica a cobertura da fuga de um grupo de criminosos que realizou um grande assalto em Confresa (MT) e fugiram para o Tocantins. Os moradores da zona rural de Pium e cidades próximas no oeste do estado, monitoram a TV com vídeos e informações.

Naquele caso de Pium, dos assaltantes, as pessoas nos mandaram vídeos e informações sobre o que estava acontecendo. No dia a dia mesmo, quando estamos fazendo uma matéria, como foi o caso da falta de medicamentos em Palmas, as pessoas de outros municípios enviam mensagens sobre o mesmo problema. Daí nós vemos que não é só um problema da rede pública de Palmas. A participação pelo WhatsApp pode gerar uma matéria ainda maior (Peres, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A proximidade com a audiência também é destacada por Rehbein (2023), ao considerar o WhatsApp divisor de águas e algo transformador, abrindo novas possibilidades de relacionamento com os telespectadores de outras cidades. Quando iniciou sua carreira na comunicação, especificamente na TV, a jornalista lembra que para conseguir personagens e histórias boas, recorriam à lista telefônica, de forma aleatória e contando apenas com a sorte.

Eu lembro quando comecei na produção da TV Anhanguera, não existia WhatsApp, não tinha esse *boom* das redes sociais, e como a gente conseguia as pautas e encontrar os personagens? A gente pegava aquela lista telefônica amarela e a gente ficava aleatoriamente ali escolhendo o número de uma casa para ligar. Se precisássemos falar de dengue, aí precisa de uma pessoa que teve dengue, daí fomos lá para as páginas amarelas, escolhendo aleatoriamente. Então olha a diferença para o WhatsApp hoje em dia, tudo se resolve pelo WhatsApp (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Da mesma forma, Botelho (2013) relembra quando usava a lista telefônica como meio para conseguir fontes, principalmente de outras cidades. “Na época, eu abria a lista telefônica, escolhia um número e ligava para as pessoas, e às vezes, elas até diziam assim ‘nossa, mas é da TV Anhanguera?’ (Botelho, 2013, TV Anhanguera). A chefe de Produção relembra que com o WhatsApp, o deslocamento de equipes entre locais diminuiu.

Hoje a pessoa manda sugestão, vídeo, imagens, ela participa junto com a gente da produção, não só do conteúdo. Ontem [4 de julho] recebemos imagens do dono de uma funerária sobre um acidente em Dianópolis em que morreu um bombeiro e mais duas pessoas. Nisso, o rapaz contactou a gente via WhatsApp e nos enviou imagens dos bombeiros socorrendo no acidente. Depois ele falou ‘se precisarem eu estou sempre aqui’. Hoje as pessoas querem participar (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Costa (2023) confirma que o WhatsApp ajuda a diminuir o impacto da escassez de recursos destinados aos deslocamentos a outras cidades, facilitando a cobertura regional dos acontecimentos no Tocantins pela CBN Tocantins.

O WhatsApp acaba ajudando a gente a entrar em contato com moradores de outras cidades, representantes, prefeitos e autoridades. Um exemplo recente, estávamos produzindo uma reportagem sobre uma estrada em Lizarda, que alguns moradores estão tendo dificuldades para se deslocarem. Nenhuma equipe foi até o local, mas por meio do WhatsApp entramos em contato com os moradores para eles trazerem seus relatos, quais são suas dificuldades enfrentadas pela estrada. Também entramos em contato com a Prefeitura lá para sabermos se essa estrada era de responsabilidade deles, tudo pelo WhatsApp. Então o WhatsApp permite que a gente possa fazer essa cobertura mais ampla do estado, mesmo sem o deslocamento físico (Costa, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Quanto à facilidade trazida pelo WhatsApp no alcance das cidades interioranas pela CBN Tocantins, Santiago (2023), diz que o aplicativo simplificou muito todo o processo de apuração, principalmente por sua rapidez. “A sugestão chega e já corremos atrás para apurar aquela informação e outros todos os lados. Então o WhatsApp é muito eficaz, principalmente no rádio” (Santiago, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

A proximidade com as cidades do interior pelo WhatsApp também é vista a partir da presença dos jornalistas da TV em grupos de outros municípios, locais com grande circulação

de informação e de captação de fontes. Os grupos se mostram um importante recurso para captação de notícias vindas das cidades do interior. A postura adotada pelos entrevistados é mais de observação do que se é publicado, mas a depender da quantidade de mensagens em circulação, não é possível ler todas. Rehbein (2023) possui este comportamento e prioriza a participação em grupos mais longes de Palmas.

Eu gosto de estar em grupos de todas as partes do estado, para acompanhar, mas não comento nada. Estou no grupo do Bico do Papagaio, porque é uma região muito longe. Eu priorizo muito, particularmente dentro da atividade que eu exerço de repórter nacional também, eu busco mais essas pautas que tenham repercussão. Estou em vários grupos de povos indígenas e comunidades quilombolas. No caso dos indígenas, estou no grupo por exemplo, do povo Karajá, uma aldeia que fica 600 quilômetros distante daqui. Só se chega lá passando pelo Pará e Mato Grosso, tendo que atravessar o rio (...). Mas por que? Para eu acompanhar em tempo real o que está acontecendo lá (...) porque tudo é mais difícil, a comunicação é mais difícil. Eu também estou no grupo dos povos indígenas do Javaé, lá do sul da Ilha do Bananal. São algumas comunidades originárias, que estão em lugares mais isolados, mas com internet. Então os caciques me colocaram nesses grupos, onde eu acompanho de perto a rotina deles, tudo que está acontecendo ali com eles (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A escolha pela permanência em grupos no WhatsApp relaciona-se também à temática e objetivo das discussões nestes locais. Na busca por informações que serão usadas no Jornal do Campo, Botelho (2023) recorre ao grupo Agrosudeste, composto por produtores, empresários e pessoas relacionadas ao campo na região Sudeste do Tocantins. “Quando preciso de alguma informação, vou direto no grupo dele. Pego informações para o Jornal do Campo, da própria cidade e vejo o que está rolando na região”, (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A relação de proximidade com o município de Itacajá, cidade de origem de Mota (2023), é a motivação de sua permanência em um grupo geral da cidade. O objetivo é puramente receber informações do interior e manter esse laço de afetividade.

Como eu saí de lá, permaneci no principal grupo para receber informações e eu uso exatamente para isso, para receber informações do interior. Eu até sinto que quando comecei a trabalhar aqui, Itacajá entrou mais no telejornal porque fica mais fácil esse contato. Além de lá, estou em um de Paraíso, e tenho fontes de lá que me passam ocorrências. Mas eu não consigo ficar muito nesses grupos de interior, eu prefiro fazer fontes, com moradores, para poder utilizar (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Sobre a participação em grupos de outras cidades com objetivo de obter notícias, dos entrevistados da CBN Tocantins, apenas Costa (2023) adota esta estratégia por considerar importante estar presente em locais de circulação de informações. O jornalista está inserido em grupos de Gurupi e Porto Nacional, como descrito abaixo:

Geralmente a gente pega informações como se fosse uma fumaça e vamos atrás do fogo, que a gente olha ali algum morador que falou alguma coisa, uma ocorrência policial, algum problema e aí a gente apura para ver se realmente está acontecendo, caso esteja acontecendo nós vamos prosseguindo (Costa, 2023, informação verbal).

Quando não conseguem o número do WhatsApp, muitas fontes do interior recorrem às redes sociais dos jornalistas da TV, como Instagram e Facebook, para fazer sua sugestão de pauta, denúncia ou reivindicação. Mota (2023) afirma, por exemplo, que já foi procurado no Instagram por fontes das cidades de Guaraí, Pium e Araguaína. “É um contato através de outra rede, pois não tem acesso ao meu WhatsApp, dou andamento e informo o número da TV para produção responder” (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Ainda neste segundo eixo, questionou-se aos entrevistados como são selecionados os acontecimentos do interior que chegam pelo WhatsApp. Nas respostas, eles indicaram a existência dos valores-notícias como aspectos norteadores na tomada de decisões, apenas não enumeram de forma clara quais são, mas percebeu-se a partir dos exemplos de notícias citadas por eles, a proximidade geográfica, tragédia/drama, justiça, surpresa, raridade, conhecimento/cultura, conflito, como valores usados no momento de inclusão e exclusão das informações. Além disso, percebeu-se que utilizam a checagem básica como forma de acolhimento desta informação, buscando principalmente, confirmação de fontes oficiais.

A gente tem muita responsabilidade no trato com a notícia. Então chega à informação, a gente vai apurar para poder ter a certeza que aquela informação é verdadeira; ouvir todos os lados, porque hoje a notícia não tem só dois lados, são vários lados. Isso é essencial para poder produzir uma reportagem bem apurada e informar a população de tal notícia (Santiago, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Na explicação de Costa (2023), nem sempre é possível aproveitar o conteúdo vindo por WhatsApp, pois algumas situações são problemas de cunho pessoal de quem enviou a mensagem e não tem valor-notícia.

Já tivemos um caso de um morador de Gurupi que tentou sugerir uma pauta, mas ao analisarmos, a gente viu que era um problema pessoal, apenas com a casa dele, não impactava a rua ou o bairro inteiro, era mais um embate com a prefeitura. Então, no trabalho de apuração, vemos a situação como um todo. É nesse trabalho de apuração que deixamos a pauta ou prosseguimos com ela (Costa, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Avançando nos resultados, os entrevistados da CBN Tocantins afirmaram que as cidades mais pautadas por eles são Palmas, Araguaína, Gurupi, Porto Nacional, e Paraíso, cidades com maior densidade demográfica e importantes polos econômicos. “São as cidades de

alcance do sinal da rádio, mas abrangemos mais as regiões Norte, Central e Sul” (Santiago, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Já as cidades que mais pautadas pela TV Anhanguera, conforme descrito pelos entrevistados, são Almas, Aparecida do Rio Negro, Araguaína, Dianópolis, Gurupi, Itacajá, Lajeado, Miracema, Natividade, Palmas, Paraíso do Tocantins, Peixe, Porto Nacional e Tocantínia. Depois de Palmas, Araguaína e Gurupi registram mais tempo de tela, justamente por sediarem as praças e terem equipes próprias. O tamanho dessas cidades e o poderio econômico também são as justificativas apontadas por Botelho (2023) para a constância na cobertura dessas três cidades pela TV Anhanguera.

Questionados sobre o perfil de quem entra em contato no número institucional das cidades do Tocantins, os entrevistados da TV Anhanguera são unânimes em afirmarem que os telespectadores, neste caso, pessoas comuns, são os que mais enviam mensagens. Os assessores de comunicação também são citados pelos entrevistados, mesmo enviando sugestões de pautas por e-mail, ainda reforçam o assunto via WhatsApp, como afirma Mota (2023):

De repente o assessor quer negociar alguma ideia ou propor a pauta já de uma forma. Às vezes, por exemplo, a forma dele sugerir para uma outra emissora e sugerir para gente é diferente, porque são abordagens diferentes. Então às vezes eles mandam no e- um personagem, coisa que por e-mail, que é mais formal, não é muito usual se fazer (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Com o WhatsApp, as fontes do interior tiveram o acesso facilitado aos jornalistas, mas a ausência da presença física dos jornalistas nesses locais cria um problema: como saber se existe verdade nesses fatos? A solução encontrada pela TV é a confirmação a partir da constância do aparecimento dessa informação por fontes diferentes, bem como a checagem por ligação telefônica, feita, principalmente no comércio da cidade, caso o jornalista não tenha nenhuma fonte confiável na cidade.

Na explicação dada por Pires (2023), a checagem é sempre feita a partir de outros contatos na localidade. As ligações costumam ser aleatórias e, conforme a similaridade das informações aparecem, toma-se como algo verdadeiro. Se foi uma notícia de grande impacto, a cobertura então passa a ser presencial, a exemplo do já citado grupo de criminosos no caso Confresa. “Quando chegou para a gente no Whatsapp nosso medo era chegar lá e não ter nada. Começamos a ligar na cidade de Santa Rosa e conseguimos falar com os moradores, que confirmaram através de imagens que aquilo era verdadeiro, era verídico” (Pires, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A checagem das informações vindas do interior por WhatsApp é facilitada em casos relacionados a órgãos públicos, pois o contato é feito com a assessoria de imprensa, como descrito por Mota (2023), ao atrelar o papel do assessor como fonte relevante. Da mesma forma, Botelho (2023) recorre às fontes oficiais neste processo de confirmação.

Dependendo da denúncia, a verificação é feita com os órgãos competentes, pois seguimos os caminhos das instituições. Dia desses teve uma pessoa que chegou para mim e falou assim “olha os livros da Unitins, nós fizemos um acordo com a Unitins e a instituição vai incluir os livros do Tocantins, de escritores tocantinenses, dentro dos processos seletivos da Unitins”. Daí nós ligamos na Unitins e eles falaram “realmente estamos nesse processo de inclusão, porém ainda estamos regularizando”. Então nós sempre ligamos para os órgãos competentes para saber se é aquilo mesmo (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Este caminho traz segurança e respalda os profissionais responsáveis por levarem ao ar às informações, além de trazer os diversos lados da notícia. Santana (2023) explica que é feita uma checagem inicial, discussão do assunto na reunião de pauta e só então parte-se para a apuração, caso seja aceita.

Não dá para gente de cara fazer a publicação sobre o que está acontecendo no município, pois primeiro vamos atrás. O Ministério Público instaurou um procedimento para apuração? A pessoa procurou as autoridades do município para denunciar primeiro? Se foi uma agressão, procurou a delegacia para registrar um B.O? Temos que ir para os mecanismos oficiais para entender se aquela denúncia está tramitando de alguma forma ou se chegou ao conhecimento das autoridades do próprio município ou estaduais, daí damos o encaminhamento (Santana, 2023, informação verbal).

Quanto ao fluxo desta checagem na CBN Tocantins, quando é possível envolver uma fonte oficial, assim o fazem. Neste ponto, a construção de uma rede confiável de fontes é essencial, principalmente no interior, por nem sempre possuir assessorias de comunicação estruturadas para auxiliar os jornalistas. Costa (2023) enumera como fontes comuns os policiais, prefeitos, secretários municipais e ouvintes que podem indicar o caminho até se chegar à fonte de interesse.

Da mesma forma, a busca por fontes oficiais é um recurso amplamente explorado por Regis (2023) com intuito de checar as notícias em produção pela emissora de rádio, principalmente do interior, pela dificuldade em ir até o local para averiguação das situações relatadas.

Com base nos depoimentos é possível concluir que as cidades do interior e suas fontes veem no WhatsApp uma ferramenta facilitadora do acesso à imprensa regional. Os temas considerados pertinentes por eles, são levados aos jornalistas, numa tentativa de serem ouvidos

e terem seus problemas solucionados. Percebeu-se ainda que, conforme descrito pelos entrevistados, as cidades mais pautadas são as que possuem emissoras da TV Anhanguera e CBN Tocantins, ou são próximas a elas. No caso da TV, pode-se pensar ainda, sobre o alcance do sinal da emissora nesses locais, pois desta forma, com uma audiência acostumada a acompanhar os noticiários locais, tende a participar da construção dessa programação. Em relação à rádio, acredita-se se pela quantidade de notícias que podem ser extraídas dessas cidades mais populosas.

5.3.3 Inserção do WhatsApp na rotina de trabalho

A respeito do momento em que o WhatsApp foi adotado na rotina de trabalho, só três entrevistados da TV Anhanguera souberam datar quando ocorreu. Os demais descreveram como algo naturalmente assimilado no trabalho, inicialmente da forma individualizada e, posteriormente com a criação dos grupos de trabalho, sem que houvesse uma determinação formal da empresa, mas como a maior parte do trabalho passava pelo aplicativo, muitos se viram obrigados a usar o WhatsApp.

A editora do BDT, Jocyelma Santana, adotou a ferramenta no ano de seu lançamento no Brasil, em 2009, e apostava na interatividade proporcionada pelo aplicativo, introduzindo nos telejornais da TV Anhanguera, com a reprodução de mensagens e imagens nos equipamentos da TV. A apresentadora lembra do estranhamento dos telespectadores e do manuseio da equipe.

Em 2009 fazíamos isso aqui e o povo já achava estranho. As pessoas não entendiam e havia uma dificuldade, inclusive nossa. Não é como hoje que você espelha no equipamento do estúdio. Dez anos atrás não tinha isso, você tinha que recortar do WhatsApp, mandar para o editor, levar para ilha e colocar no telão. Havia todo um percurso que não dava para ser instantâneo, assim como é feito hoje, que recebemos agora a mensagem e já posso colocar na tela (Santana, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Santana (2023) instalou o aplicativo após ser incentivada pela jornalista Cecília Santos. O crescimento do aplicativo no ambiente laboral enfrentou desconfianças nos primeiros anos, mas a âncora avalia que não se vê sem a ferramenta de mensagem instantânea. “Mas de cinco anos para cá, o WhatsApp ganhou tanta importância que as outras formas se tornaram obsoletas” (Santana, 2023, TV Anhanguera informação verbal).

A frente deste pioneirismo desde dezembro de 2007, quando foi contratada pela TV Anhanguera na função de produtora, Botelho (2023) confirma o aparecimento do WhatsApp por iniciativa própria dos membros da TV Anhanguera, posteriormente integrada de forma individual e, por fim, nos grupos. “Quando a direção da empresa percebeu que o WhatsApp era

uma ferramenta que facilitava demais, eles trataram de colocar” (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal). Ou seja, a direção enxergou o potencial do WhatsApp na rotina de produção e incentivou o uso por toda a equipe, também como resposta aos profissionais mais entusiastas com tecnologia, como Jocyelma Santana e Sidney Neto, este último deixou a emissora em 2018.

Porém, Rehbein (2023) discorda dessa adoção rápida da ferramenta, como citado acima. A jornalista lembra que levou um tempo para a redação inserir o aplicativo nas atividades. “No começo eu usava para conversar com fontes específicas. Com o tempo, fomos nos familiarizando, entrando nos grupos e entendendo como funcionava (Rehbein, TV Anhanguera, 2023). Mas a jornalista atribui o protagonismo do WhatsApp em muitas apurações, principalmente as investigativas.

Hoje ele se tornou o protagonista em muitas apurações, principalmente nas minhas reportagens investigativas. Tem fonte que só conversa pelo WhatsApp, só atende ligação pelo WhatsApp questão do sigilo, do segredo. Esse Tocantins tem muita lenda de grampos clandestinos. Então as fontes de denúncia só conversam pelo WhatsApp, e então ele vira o protagonista (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Três entrevistados da TV Anhanguera iniciaram a carreira no telejornalismo pós-WhatsApp na própria emissora. Dois anos após iniciar sua carreira como jornalista é que Peres (2015) passou a usar o WhatsApp para trabalhar, marcado pela sua entrada na TV Anhanguera. Já Pires (2023) cita 2016 como ano de adoção da ferramenta. Para ele, o WhatsApp virou algo mais profissional do que pessoal. “Eu não tinha outra experiência no telejornalismo, comecei aqui, então já utilizava o WhatsApp, e a partir daí ficou cada vez mais frequente e meu número virou algo mais profissional” (Pires, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Mota (2023) enxerga o aplicativo como um recurso integrado a suas atividades laborais desde o ano de 2020, quando foi admitido na TV Anhanguera, inicialmente atuando como produtor, e em 2023 assumindo a função de repórter. Na sua explicação, não existe jornalismo sem o aplicativo.

Quando eu entrei no universo do jornalismo já existia o WhatsApp. Mas ele entrou de uma forma mais brusca na minha vida quando eu entrei na TV Anhanguera, porque aí eu passei a ter mais contato com muita gente, com grupos, com tudo, então ele veio mais forte. Eu lembro do WhatsApp antes, que ele era uma ferramenta de interação minha com a família e amigos. Quando eu entrei na TV o meu WhatsApp deixou de ser meu, ele é da comunidade. Eu acabei doando meu WhatsApp para essa função, mas ele sempre esteve presente (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Apesar de não atribuir uma data, Marchesini (2023) afirma que usa o WhatsApp desde seu lançamento. Destaca-se que a produtora só passou a integrar o quadro de funcionários da TV Anhanguera em 2023. “Começamos a usar de forma bem tímida. Na outra emissora que trabalhava a gente já usava de forma mais tímida, mas sempre encaramos como algo que pudesse ajudar na comunicação” (Marchesini, 2023, TV Anhanguera, informação verbal). A jornalista chama atenção para o fato de muitas pessoas não atenderem mais ligações convencionais:

Ele foi inserido substituindo o telefone, porque muita gente não atende uma ligação, até por não saber quem está ligando, tem essa dificuldade. Infelizmente acho que esses telemarketings acabaram dificultando a vida de quem liga por telefone, porque a pessoa atende achando que é telemarketing e já desliga a ligação. Então o WhatsApp facilitou, pois a pessoa responde se achar que é viável (Marchesini, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Marchesini (2023) afirma que também consome notícias compartilhadas no aplicativo, inclusive substituindo o acesso direto aos sites de notícias e outros meios tradicionais de comunicação. “Com o tempo o WhatsApp foi substituindo os sites de notícias, rádio e TV. É claro que temos que ter todo um trabalho de checagem, mas ele veio substituindo muitos meios tradicionais” (Marchesini, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Em relação à CBN Tocantins, a inclusão do WhatsApp aconteceu tardiamente, a partir de 2019, sendo mais como um canal de comunicação entre pessoas do que uma ferramenta para apuração de informações.

Quando assumi a coordenação da CBN Tocantins, em 2020, passamos a adotar o WhatsApp como canal de comunicação da rádio. Assimilando o que já vinha sendo feito pela equipe. Na apresentação do programa CBN Tocantins, a faço com o WhatsApp do lado e acompanhando as mensagens que chegam. Então começou de forma muito natural e hoje já entrou na dinâmica de trabalho (Santiago, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

No período de isolamento da pandemia de Covid-19, no início de 2020, o WhatsApp passou a ser usado de forma mais intensa na CBN Tocantins, mesmo ano atribuído por Costa (2023) de quando começou a usar o aplicativo. “Comecei a usar quando entrei na CBN, principalmente no período da pandemia. Nosso trabalho ficou mais concentrado no WhatsApp quando evitamos o contato pessoal” (Costa, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Tendo iniciado seu trabalho como jornalista no Jornal do Tocantins, Regis (2023) começou a usar o WhatsApp um ano antes dos demais colegas da CBN, mas o hábito se

acentuou com sua entrada na rádio, em 2021, passando a usar a ferramenta tecnológica para obter áudios.

Portanto, os jornalistas da CBN Tocantins usam a ferramenta há pouco tempo, se comparado a TV Anhanguera. E por ser a ferramenta de conversação instantânea para o fechamento das pautas e condução do dia a dia, deve ser obrigatoriamente usada por todos da CBN Tocantins.

Conclui-se, portanto, que o WhatsApp foi inserido nas redações por iniciativa dos profissionais. A sua assimilação e consolidação se deu conforme a ferramenta evoluiu e inseriu novos recursos, bem como o aumento da quantidade de usuários, mudando o comportamento dessas pessoas que deixaram de lado os meios mais tradicionais, como ligação telefônica em e-mail, em substituição às facilidades do WhatsApp.

5.3.4 Vantagens e desvantagens do uso do aplicativo pelos jornalistas

Referente às vantagens e desvantagens do uso do aplicativo na produção jornalística, os jornalistas entrevistados, de modo geral, enumeram mais pontos positivos que negativos no uso da plataforma. Apenas Botelho (2023), da TV Anhanguera, não descreveu nenhum ponto negativo, pois em sua visão, só existem vantagens pela facilidade no recebimento de imagens, citando a cobertura histórica do desmoronamento de uma gruta em Santa Maria do Tocantins, região nordeste do estado, em novembro de 2016. “A matéria para o Jornal Nacional foi feita inteiramente pelo celular e as imagens foram encaminhadas pelo WhatsApp. Não consigo ver desvantagens” (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A agilidade e rapidez no processo de apuração são as vantagens descritas por Rehbein (2023) e Peres (2023), da TV Anhanguera. “É com essa tecnologia que chegamos em todos os cantos do estado” (Peres, 2023, TV Anhanguera, informação verbal). Essa presteza também é lembrada por Regis (2023), pois a rotina intensa de trabalho deve ser cumprida dentro da redação, e o WhatsApp facilita cumprir a lista de demandas: apurar, gravar, editar e abastecer o sistema. “Às vezes precisamos entrar com informação ao vivo, ela pode ser enviada para nós em menos de 30 segundos. A grande é a instantaneidade (Regis, 2023, CBN Tocantins, informação verbal).

Nesta mesma linha de pensamento, Costa (2023) atribui como vantagem o alcance de pessoas que moram mais distantes de Palmas. Pelo WhatsApp, os repórteres da CBN Tocantins conseguem apurar notícias de outras cidades, incluindo o recebimento dos áudios com relatos dos personagens/fontes.

Marchesini (2023) insere o recebimento de fotografias e vídeos como uma vantagem em usar o WhatsApp na apuração jornalística feita na TV Anhanguera, principalmente pela rapidez com que isso acontece. Assim, em muitos casos, evita-se o deslocamento da equipe para captação das imagens em um caso simples.

Tendo iniciado sua vida profissional já no contexto do WhatsApp, Mota (2023) não passou pelas mesmas dificuldades dos jornalistas mais antigos. Ele exemplifica a simples busca por um endereço para exemplificar como usa o aplicativo no seu dia a dia no trabalho.

Eu não consigo imaginar tendo que olhar as plaquinhas para achar. Já recebemos a localização, isso agiliza nosso tempo e logística demais. Na reportagem, a gente tem essa possibilidade da localização, mas também tem a facilidade, por exemplo, de contactar o entrevistado. Às vezes estou em uma entrevista, preciso informar ao entrevistado que estou atrasado ou preciso adiantar a entrevista. Ligo e ele não responde, daí eu mando uma mensagem no WhatsApp, por lá mesmo a gente vai conversando. O WhatsApp ajuda demais, às vezes no ao vivo recebemos informações de última hora, como notas das assessorias e nem precisam entrar no TP, já vejo na tela do celular (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Botelho (2023) afirma que existe a TV antes e depois do WhatsApp. O aplicativo tem facilitado a cobertura dos mais diversos assuntos e ameniza as deficiências surgidas pelo sucateamento das redações jornalísticas em todo o país. Toma-se novamente como exemplo a morte do líder político José Wilson Siqueira Campos, no dia 04 de julho de 2023. A redação foi alimentada com vídeos de depoimentos de políticos e autoridades, além do próprio acompanhamento das informações que surgiram no decorrer do dia e posteriormente. “Com o WhatsApp as pessoas conseguiram se inserir de forma empoderada e contribuir de uma forma muito efetiva no nosso jornalismo” (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

A ampliação da cobertura jornalística é outra consequência do WhatsApp no ambiente redacional, bem como o QVT, como descrito por Santana (2023), pois facilitaram o envio de informações por parte dos telespectadores e fontes.

Os aplicativos de mensagens instantâneas, seja esse ou o nosso QVT, foram fundamentais para essa ampliação da nossa cobertura, para a região mesmo. Eu vou dar um exemplo prático, outro dia teve aqueles festejos lá de Natividade, a festa do Divino Espírito Santo. Nossa equipe esteve na região sudeste, fomos para Silvanópolis e o Carlão [repórter] fez uma festa também ligada a uma manifestação religiosa por lá e cobrimos usando o material, inclusive lá do pessoal de Natividade, enviado pelo WhatsApp para nós. Então tem sim uma importância significativa o WhatsApp na nossa produção regional de jornalismo (Santana, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Antes do WhatsApp, o meio eletrônico de comunicação instantânea entre o público e a redação era o telefone. Hoje em dia é raro o recebimento de ligações no relacionamento com as fontes, como descrito por Botelho (2023):

O WhatsApp foi um divisor de águas, transformador. Hoje a TV Anhanguera tem um WhatsApp da redação, põe o número no vídeo durante os jornais e o telespectador fica mandando as mensagens, ou manda foto, as vezes só se comunica mesmo, elogia, manda dicas, comenta alguma coisa e manda muita sugestão de pauta. Eu lembro quando comecei na produção da TV Anhanguera, não existia WhatsApp, não tinha esse *boom* das redes sociais, e como a gente conseguia as pautas e encontrar os personagens? Pegava aquela lista telefônica amarela e ficava aleatoriamente escolhendo o número de uma casa para ligar. Então olha a diferença para o WhatsApp hoje em dia, tudo se resolve pelo WhatsApp (Botelho, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Na concepção de Marchesini (2023), o WhatsApp virou uma ferramenta indispensável no jornalismo. “Antes a gente dizia que as coisas chegavam muito rápido pelos sites, pela internet, mas hoje já digo que as coisas chegam muito rápido pelo WhatsApp, até mesmo antes de estar na internet” Marchesini (2023, TV Anhanguera, informação verbal). Essa instantaneidade é vista em grupos no aplicativo, locais com grande circulação de informação.

Sob o ponto de vista de Pires (2023), sem o WhatsApp os profissionais teriam dificuldade em realizar a cobertura de notícias, principalmente por Palmas não ser uma cidade agitada, pois nem tudo que acontece pode virar notícia, e quando isso acontecer, pode não ser relevante e chamar a atenção da TV Anhanguera. “Se não fosse o WhatsApp, a gente não conseguiria fazer uma seleção do que está acontecendo, do que é relevante, do que de fato vale a gente noticiar” (Pires, 2023). O jornalista confirma que o recebimento de sugestões e contato com os personagens são feitos pelo aplicativo.

Pires (2023) concorda com a facilidade da proximidade com as fontes como uma vantagem, em qualquer hora do dia, semana ou lugar, bastante ter apenas acesso à internet. Sendo assim, as pessoas respondem mais rápido e a produção diminui o tempo de fechamento dos espelhos dos telejornais.

Como desvantagens, Rehbein (2023), Peres (2023) e Marchesini (2023) concordam com a circulação facilitada de informações falsas como um peso e empecilho na checagem de fatos. “Ele é uma ferramenta que pode te ajudar, mas também pode te destruir, principalmente nesse meio da comunicação” (Marchesini, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Da mesma forma, Santana (2023) relacionada a falta de confiança como principal desvantagem em usar o WhatsApp na construção de notícias, pois nem tudo que é dito pelas pessoas é tomado como verdade, além das fontes considerarem a denúncia feita à TV como ação suficiente para ver sua matéria no ar.

Nem tudo que a pessoa fala para você irá se confirmar e nem todo mundo que manda mensagem vai querer participar de uma reportagem. A pessoa acha que só denunciar

já é suficiente para a divulgação. Não é assim, ela tem que denunciar e assumir ou participar, mesmo sem se identificar. Aí é outra situação, às vezes o que a pessoa diz não se confirma, ela diz que vai mobilizar a comunidade para falar de um problema local que é grave, quando chegamos lá, os outros não aparecem. Então temos que peneirar, confirmar, apurar e confiar (Santana, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Dois jornalistas da CBN Tocantins também elegem como desvantagens a grande quantidade de informações em circulação, baixa qualidade dos áudios, em comparação a gravação em aparelhos próprios para este fim, e a extensão do trabalho. Para Regis (2023), a enxurrada de informações em circulação no aplicativo tem como consequência a sobrecarga do trabalho de apuração.

Outra desvantagem descrita, especificamente na CBN Tocantins, é a baixa qualidade de alguns áudios recebidos, pois nem sempre a pessoa possui um smartphone moderno (Costa, 2023). Também é considerado como aspecto negativo a extensão do horário de trabalho, obrigando a uma conexão direta. “A gente sai do expediente, mas se fica conversa não finalizada, acabam respondendo fora do meu horário de trabalho” (Costa, 2023, CBN Tocantins informação verbal).

Rehbein (2023) acrescenta na listagem de desvantagens, o comodismo gerado pelo aplicativo e a atuação indiscriminada de pessoas agindo como jornalistas, mas sem formação profissional.

Eu sou uma repórter de olho no olho, de ir para a rua encontrar com a fonte. Tem muitas fontes que eu priorizo isso, encontrar pessoalmente, conversar pessoalmente com a fonte. Eu percebo que para quem trabalha na produção, isso acabou ficando mais fácil, mais simples e mais rápido, só que ao mesmo tempo deixou as pessoas mais acomodadas. Outra desvantagem são as informações falsas, que são o tempo inteiro, a gente perde um tempão confirmando. Como esse Tocantins tem muita lenda, tem muitos pseudos-jornalistas, que são pessoas que não são jornalistas profissionais, mas que estão ali adotando um papel de jornalista, que fica escrevendo coisas em redes sociais e isso viraliza no WhatsApp e temos que parar para checar aquilo ali para ver (...). Eles criam narrativas que confundem muito, gera muito trabalho nas redações profissionais (Rehbein, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Por não permitir o contato físico, o WhatsApp pode gerar algum erro de interpretação ou ruído de comunicação, gerando situações que atrapalham na fluência do trabalho feito pelos jornalistas, como considera Mota (2023) ao descrever situações vivenciadas por ele e inserir esta característica como uma desvantagem.

Pessoalmente você fala com a pessoa e vê a expressão dela, você sabe se ela entendeu, se quer ou se não quer. Dependendo do que expressa, você já vai dando as linhas para conversar. No WhatsApp não existe isso. É assim: você topa? Que tal a gente fazer assim? Eu não tenho uma negociação mais instantânea, então se a pessoa desistir naquele primeiro momento, dificilmente ela vai querer conversar com a gente porque

ela já internalizou que não quer, ela não está na minha frente, não fica constrangida de dizer não para mim, ela simplesmente vai dizer não, ou não abrir mais a mensagem. Simplesmente não vai ver mais a mensagem ou bloquear o contato, que acontece muito (...). No contato pessoal eu consigo ter mais informações que a produção (Mota, 2023, TV Anhanguera, informação verbal).

Diante desses depoimentos, fica explícito que os benefícios do WhatsApp se sobressaem aos malefícios (ou desvantagens) proporcionados pela ferramenta à rotina de trabalho dos jornalistas. Situação oriunda do enraizamento do aplicativo no contexto do jornalismo, proporcionando agilidade no cumprimento das demandas diárias, ampliação do alcance das fontes residentes em lugares mais distantes dos jornalistas, facilidade no recebimento de conteúdo multimídia e cobertura dos mais diversos, associado às deficiências surgidas pelo sucateamento das redações jornalísticas. Devido a esta realidade, aspectos negativos trazidos com o WhatsApp, como a circulação de uma grande quantidade de informações falsas e o comodismo no trabalho diário, deixam se ser refletidos/debatidos pelos profissionais. Apresentados os principais pontos coletados durante as entrevistas, parte-para a análise do material descrito até o momento.

5.4 Apontamentos

Com base nos resultados descritos acima, pode-se tecer algumas reflexões a respeito da adoção do WhatsApp pelo jornalismo regional. Toma-se como ponto de partida a reflexão da relação entre o WhatsApp e a proximidade geográfica e cultural, características mais enumeradas pelos autores especializados nos estudos sobre o jornalismo regional. Peruzzo (2003) lembra que as identidades, diversidades culturais, histórias e questões econômicas e ecológicas integram-se as demarcações geográficas na delimitação no espaço de abrangência dos jornalismo local e regional. Tais pontos estão relacionados entre si, portanto, ao caracterizar um veículo dentro destas nomenclaturas é preciso avaliar o conjunto.

Como visto, a proximidade tem diversas ramificações, mas os resultados vistos na TV Anhanguera e CBN Tocantins demonstram claramente a proximidade geográfica e cultural como principais fatores que definem quais assuntos serão noticiados, como apresentado nas pesquisas de Aguiar (2016), Peruzzo (2005) e Ortiz (1999), ao se referirem às características dos jornalismo regionais e locais.

Destaca-se que todas as etapas de produção passam pelo WhatsApp e existe uma clara dependência dos profissionais na cobertura regional a partir do aplicativo. Essa dependência às tecnologias não é um fenômeno novo, mas se evidenciou com a popularização da internet e mídias digitais, como observado por Holanda, Muniz e Machado (2016) ao consideraram que

a redação portátil deu um novo sentido ao modelo convencional de produzir conteúdos, passando não só a influenciar essa produção, mas alterando ela ao combinar as práticas tradicionais com a velocidade da emissão proporcionado pelos meios digitais. “Neste modelo, os repórteres ocupam uma posição simbólica, tendo como função transmitir a informação no centro dos acontecimentos” (Holanda, Muniz e Machado, 2016, p. 64).

O aplicativo mudou a configuração da cobertura dos acontecimentos regionais, fortalecendo a proximidade cultural e a resposta imediata da audiência, dando voz às fontes, tornando-as protagonistas das próprias narrativas. Tais constatações vão de encontro ao descrito por Reis, Thomé (2017) ao perceberem que as audiências viram no WhatsApp uma forma de se aproximarem dos jornalistas e auxiliarem na construção de uma programação feita por eles e para eles.

Mesmo Palmas assumindo o maior tempo de telejornal e radiojornal dentro da divisão do trabalho em ambos os veículos estudados, a TV Anhanguera e a CBN entendem que o interesse da audiência das cidades do interior está ligado à proximidade cultural. Entram em cena os vínculos de pertencimento e vivência, característicos dessa mídia de proximidade, como já descrito por Peruzzo (2005). Esses vínculos estão presentes nas afirmações dos entrevistados ao decidirem noticiar qualquer acontecimento com valor-notícia dentro da delimitação espacial do território tocantinense ou que tenham algo relacionado ao estado.

A redação digital, amparada nas tecnologias digitais, alterou a construção e veiculação da notícia, conforme observado por Adriana Garcia Martinez (2010), o ritmo frenético em busca da instantaneidade fez surgir novas figuras nesta engrenagem. Jornalistas com facilidade em lidar com essas novas tecnologias, mas sem experiência necessária no trato da notícia, geram notícias rasas. Embora o WhatsApp simplifique o processo de apuração, ele está inserido na dinâmica da instantaneidade. O jornalista se vê envolvido em uma vasta rede de atividades que ocorrem simultaneamente no aplicativo, como participação em grupos de trabalho e acompanhamento de diversas conversas individualizadas. Constatou-se que a apuração não se inicia após a conclusão de uma checagem, mas sim, em uma abordagem sincronizada, onde eventos diversos são trabalhados simultaneamente.

Essas redações frenéticas corroboram com as constatações de Lima (2022) em seu estudo sobre as atuais redações jornalísticas, caracterizadas por uma rotina multitarefa, que inclui a realização de entrevistas, gravação de conteúdo com smartphone, rondas nas redes sociais, publicação das matérias, dentre outras obrigações. “Conseqüentemente, os jornalistas dos tempos atuais estão ainda mais preocupados com o tempo e a velocidade de apuração que os colegas das gerações passadas” (Lima, 2022, p. 77).

Mas, de fato, o aplicativo tem facilitado a cobertura regional? Specht (2019) observou que o público/audiência identifica no WhatsApp um canal seguro de denúncias e proximidade com os jornalistas, além de ser uma ferramenta para compartilhar e discutir as notícias. Essa abertura no relacionamento entre fontes e jornalistas facilita a produção de matérias completas. Pelo WhatsApp os jornalistas obtêm textos, imagens e áudios de forma rápida, conseguem chegar a lugares distantes e encurtar as distâncias entre as redações e as cidades do interior.

Em seu estudo sobre os serviços de mídia e a função do jornalismo da cidade de Imperatriz (MA) no campo da sua região de influência, Reis (2022) identificou o WhatsApp como principal canal de entrada das mensagens sobre outras cidades às redações. “Pelo aplicativo, os moradores enviam suas demandas aos veículos e os profissionais, inseridos em grupos locais, ficam sabendo o que acontece nas cidades” (Reis, 2022, p. 186). Portanto, as fontes identificam no aplicativo um meio de aproximação e facilidade em chegar aos jornalistas.

No contexto da cobertura regional, Reis (2022) confirma que o WhatsApp é um elemento chave no atendimento das populações localizadas em cidades vizinhas ao centro de referência. No caso do cenário tocantinense é Palmas. “Seu uso faz parte do processo de reconfiguração da produção noticiosa para o exercício de uma prática mais ágil e de fácil acesso às fontes e acontecimentos de modo instantâneo” (Reis, 2022, p. 191).

Outro aspecto constatado é a relação com as assessorias de imprensa, que se mantém no contexto do WhatsApp. Os órgãos governamentais, empresas e similares ainda são procurados para a “confirmação dos eventos em outras cidades e o aprofundamento das informações” (Reis, 2022, p. 191). E no contexto da desinformação e excesso de acontecimentos em circulação nas mídias sociais, essa relação se mostra ainda mais importante com vistas na busca pela veracidade do noticiário.

Mesmo as vantagens no uso do aplicativo tendo se sobressaído no depoimento dos jornalistas, fica claro que o WhatsApp amenizou algumas deficiências no trabalho jornalístico, tornando-o mais ágil e facilitado o cumprimento da finalização das pautas pelos profissionais, mas fez surgir outros problemas. Trouxe consigo uma carga maior de trabalho, com certa obrigatoriedade da presença dos jornalistas em tempo integral. A finalização do expediente presencial não é a garantia do fim do trabalho.

Essas mesmas observações já foram constatadas por Bueno, Assunção e Lacerda (2021), ao concluírem que em alguns casos, o WhatsApp é usado pelos veículos locais como forma de atenuar problemas de investimento, mas camuflando condições precárias de trabalho. Desta forma, confirmando as “discussões em torno das dificuldades que a profissão enfrenta atualmente” (Bueno; Assunção; Lacerda, 2021, p 16).

Ainda neste cenário, as autoras levantaram características similares das vantagens descritas pelos respondentes desta dissertação sobre a utilização do WhatsApp no processo de produção das notícias: agilidade, proximidade e ampliação das fontes. E da mesma forma constaram, que os jornalistas apontam os benefícios em detrimento aos aspectos negativos, e em alguns casos, deixando de perceber indicativos da precarização do trabalho jornalístico e “plataformização do trabalho” (Bueno; Assunção; Lacerda, 2021, p 16).

Essa presença integral, mesmo fora do expediente, comprova essa precarização, mas está ligada também à responsabilidade social dos jornalistas em informar (Bueno; Assunção; Lacerda, 2021). Nicoletti (2019) descreve este aspecto como uma estratégia das empresas jornalísticas em dominar esses profissionais, os mantendo sempre em alerta e conectados. Até mesmo durante a formação desses jornalistas, tanto academicamente quanto no mercado de trabalho, já se propaga o discurso de que jornalista nunca deixa de ser jornalista. A missão não acaba ao final do expediente, se sobressaindo sobre todos os outros aspectos da vida pessoal.

Outro problema observado é que, se o deslocamento de equipes já era ponderado antes da inclusão do WhatsApp na prática diária, passou a ser mais raro com sua consolidação. Na perspectiva da TV Anhanguera e CBN Tocantins, observou-se que este comportamento é mais rotineiro na rádio, pois o fechamento/construção das notícias leva em consideração o levantamento das informações, que poderá ser feito por mensagem de texto, áudio ou mesmo por ligação e, em alguns casos, inserindo o depoimento do entrevistado em forma de áudio, facilmente obtido pelo aplicativo. No caso da TV é preciso coletar imagens para a construção dos vídeos, o que requer mais investimento em produção, não sendo possível uma dependência total ao aplicativo, pois entram em cena as questões técnicas de imagem e o olhar dos jornalistas na construção da narrativa.

Os resultados encontrados apontam, para além dos aspectos já mencionados, que o WhatsApp contribui para que as comunidades residentes em “desertos de notícias” (Projor, 2023) consigam enviar suas demandas, reclamações e reivindicações aos veículos jornalísticos do estado. Trata-se, portanto, de uma forma das pequenas cidades do interior do Tocantins aplacar a falta de cobertura jornalística em seus territórios por meio de sua participação no noticiário regional.

De certa forma, o WhatsApp tem suprido a falta de jornalistas nas emissoras de TV e rádio, tanto na capital, como no interior, principalmente na construção colaborativa dos conteúdos. A participação mais ativa das fontes do interior têm se mostrado importantes na obtenção de informação. A partir do WhatsApp, os jornalistas ampliaram a rede de fontes e relacionamentos.

Diante desta expansão do alcance das fontes, proporcionada pelo WhatsApp, o mapa de cobertura torna-se algo puramente técnico, mas essencial na dinâmica trabalho, pois como descrito por Tuchman (1977), as organizações noticiosas adotam uma rotina industrial, essencial para classificar as ocorrências chegadas ao conhecimento dos jornalistas, e no cumprimento das três tarefas principais no fornecimento de notícias: reconhecimento, relato e organização no tempo e no espaço.

Outro aspecto a ser considerado é a manutenção dos critérios tradicionais de apuração no processo de filtragem das informações em circulação no WhatsApp. O jornalista precisa lançar mão e equilibrar o imediatismo e urgência da notícia, para que não se cometam erros ou que sejam induzidos ou manipulados pelas fontes. Pereira e Coutinho (2022) descrevem o WhatsApp como um ambiente fértil de propagação de conteúdo sem fiscalização, pois a troca de mensagens prioriza a personalização, mesmo em grupos, pois a divulgação de conteúdos não adota as estratégias de hashtags ou algoritmos. Sendo assim, cada pessoa constrói a sua própria rede. Essa avalanche de informações, como descrito por alguns entrevistados, dificulta o processo de apuração por parte dos jornalistas, principalmente nos locais mais distantes das emissoras, em que a confirmação presencial sob o olhar do jornalista faria diferença.

Todos esses pontos descritos vão ao encontro do que trata a hipótese do Newsmaking, pois a realidade vem sendo moldada pelo WhatsApp. Os processos de apuração sofreram mudanças ocasionadas pelo aplicativo. Exemplifica-se a exigência anterior em só se reproduzir conteúdos (imagens, áudios, textos) que fossem produzidos exclusivamente pela equipe técnica e pelos jornalistas, mas com o aplicativo, flexibilizou-se essa exigência, admitindo assim o conteúdo produzido e enviado pelas fontes.

A própria rotina diária dentro e fora da redação é moldada por intermédio do aplicativo. A realidade local vem sendo alterada e construída a partir dessa nova perspectiva, interferindo, inclusive, nas escolhas editoriais, na narrativa estabelecida e na conexão com a comunidade local, pontos centrais da relação da hipótese do Newsmaking com o jornalismo regional, como dito anteriormente, dois aspectos que auxiliam na construção da realidade das notícias locais.

Apresentados os achados da observação nas redações, o resultado das entrevistas e os apontamentos relacionados às teorias em discussão, parte-se para a conclusão e o apanhado geral da pesquisa, demonstrados na sequência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa, que encerra seu percurso nesta última parte, buscou entender como WhatsApp tem sido utilizado na cobertura regional desenvolvida por veículos jornalísticos de Palmas, especificamente, nas duas principais emissoras de televisão e rádio da capital: a TV Anhanguera e a CBN Tocantins.

Um achado importante e inédito no contexto local foi o mapeamento do WhatsApp institucional dos veículos jornalísticos em Palmas. Identificou-se 26 veículos que usam um número exclusivamente para a produção das notícias. Destes, apenas cinco retransmitem no WhatsApp o conteúdo produzido, adotando diferentes estratégias, como lista de transmissão, grupos de terceiros, grupos próprios e comunidade.

Além deste, foi possível descobrir informações conhecidas apenas de forma oral pelos profissionais e sem registros acadêmicos. É o caso do mapa de cobertura jornalística das emissoras investigadas, que demandou diversas idas e vindas para confirmação das informações, chegando à seguinte definição: quanto à TV Anhanguera, os poucos profissionais em Araguaína são responsáveis pela apuração inicial nos acontecimentos em 65 municípios; seguido de Palmas com 56 e Gurupi com 18 municípios. É possível concluir que mesmo com uma equipe maior na capital e com menos municípios sob sua responsabilidade inicial, as 56 localidades contam com uma grande quantidade de fatos a serem noticiados, levando a crer que Palmas assume a ponta da apuração na TV Anhanguera em razão da importância dos acontecimentos, justamente pela melhor estruturação da equipe com jornalistas mais experientes e mais recursos técnicos disponíveis no processo de apuração.

Sobre a CBN Tocantins, a circulação de notícias é bem menor em relação à TV, até mesmo pelo tempo disponível para programação regional na grade da rádio. Mesmo sendo voltado ao regionalismo, a inclusão da programação nacional é essencial, pois sem ele, não seria possível manter a rádio 24 horas no ar. Percebeu-se ainda que a equipe de Palmas tem uma grande responsabilidade ao cobrir 74 municípios, localizados nas regiões Central e Sul do estado. Da mesma forma torna-se inviável a apenas um jornalista apurar as notícias em 65 municípios. Nas duas emissoras, a divisão territorial é feita apenas como forma de organização do trabalho, não sendo um atributo obrigatório.

Mas como o WhatsApp está inserido no ambiente das redações e quais são as características da prática regional dentre esses ambientes? A partir da observação sistemática e das entrevistas realizadas ficou claro que o aplicativo tem sido essencial ao suprir a falta de profissionais e investimentos estruturais da empresa.

O WhatsApp diminuiu o deslocamento dentro das cidades com emissoras e nas demais

de abrangência, pois abriu novas possibilidades de apuração. Se por um lado amenizou os deslocamentos, reduzindo assim o tempo de produção das notícias e recursos financeiros, trouxe outros problemas, como a falta de percepção do jornalista sobre o local do acontecimento e perda do contato presencial entre o profissional e a fonte. Esse distanciamento pode comprometer a apuração e minimizar a astúcia do jornalista na apuração.

Mais um ponto observado é a contribuição do WhatsApp para o acesso e comunicação com as comunidades que residem nos desertos de notícias. Graças aos aplicativos, a população desses locais consegue enviar suas demandas, reclamações e reivindicações aos veículos jornalísticos do estado, e com uma certa frequência, serem noticiados na programação jornalística regional.

Nos quase 15 anos de existência do aplicativo, as constantes inclusões de recursos mostram um fértil terreno a ser explorado pelas emissoras regionais, que se adaptaram aos poucos aos recursos disponíveis, mas que precisam avançar mais na consolidação e ampliação da audiência e, conseqüente sobrevivência no mercado.

Como visto, as inovações tecnológicas avançam em um ritmo acelerado. Mas a assimilação das empresas jornalísticas observadas é lenta e não acompanha a própria exigência da audiência, tão sedenta por notícias imediatas. A adaptação aos recursos disponíveis no WhatsApp se torna urgente. Os dois veículos precisam voltar seus olhares à circulação do produto final: as notícias. Da mesma forma que usam o WhatsApp na construção das notícias, negligenciam o compartilhamento com as audiências.

Deixam de explorar as listas de transmissão, grupos, comunidades e canais como forma de ampliar seu alcance. Para isso, ainda é preciso investir mais no fator humano e incluir nas redações um profissional com essa sensibilidade e expertise em ser a ponte entre os jornalistas e o público. Apesar dos benefícios da ferramenta se sobressaírem aos aspectos negativos, é preciso olhar com cautela e repassar nas práticas atuais desta cobertura regional.

O WhatsApp afetou significativamente a forma de se fazer jornalismo. Este fato é inegável e não deve ser depreciado. Apesar de não constar nesta pesquisa os momentos de apagão da ferramenta no Brasil, estes exemplos demonstram a fragilidade e a dependência na usabilidade do aplicativo pelos jornalistas. Nesta arquitetura da notícia é possível fazer jornalismo sem o WhatsApp?

Esta pergunta abre muitos caminhos e hipóteses, mas do que se observou neste trabalho, o WhatsApp dentro das redações, principalmente na cobertura regional, é um caminho sem volta. Mas seria leviano acreditar nessa conjuntura sem prazo de validade, pois assim como outras ferramentas tecnológicas, o WhatsApp pode ser superado por outra novidade, mas não

retrocederá os avanços e os acertos proporcionados pelo aplicativo. Portanto, o jornalismo busca meios de se adaptar a cada nova mudança que ameaça a sua sobrevivência, alguns com mais agilidade e outros nem tanto. Quem se adapta, sobrevive.

Encerra-se este trabalho com o compartilhamento de um pouco do processo de construção até a apresentação desta versão final. A ideia de estudar o WhatsApp no contexto da comunicação surgiu ainda na configuração do projeto de pesquisa, em 2022, inicialmente voltando seu olhar à usabilidade em assessoria de comunicação. Conforme as pesquisas e leituras foram se desenvolvendo, percebeu-se uma relevância maior no âmbito do jornalismo. A partir dessa primeira mudança, buscou entender como era utilizado nas redações, com vistas a apresentar apenas seu funcionamento e apropriação pelos jornalistas. Após a etapa de qualificação e apresentação à banca de doutores que avaliaram os achados até aquele momento, percebeu-se um novo caminho a ser trilhado, mais enriquecedor e inédito no cenário tocantinense: a relação do WhatsApp com o jornalismo regional.

Feitos os ajustes necessários, esta pesquisa debruçou-se em entender a complexidade desta relação. A pesquisadora, assim como os entrevistados, esteve presente em veículos jornalísticos nos anos iniciais dessa mudança na configuração das notícias. Sob um olhar científico, percebeu a importância de estudar o assunto e trazer as características do jornalismo regional do Tocantins.

Nesta investigação pontua-se como limitações os seguintes pontos: dificuldade em obter dados sobre a estrutura das emissoras, principalmente da TV Anhanguera; falta de dados acessíveis e recentes sobre a programação das emissoras, a exemplo da CBN Tocantins, que apesar de descrever em seu site a programação regional, não preocupou-se em atualizar as informações, bem como a falta de um histórico da rádio, incluindo os que deveriam fazer parte dos dados interno da emissora e de pesquisas acadêmicas sobre a CBN Tocantins.

A restrição de tempo na execução da pesquisa e as adaptações em conseguir entrevistar todos os profissionais são outras limitações detectadas. Em uma pesquisa envolvendo seres humanos as dificuldades são latentes, pois lidar com pessoas exige destreza e adaptação. Em razão da rotina acelerada da TV Anhanguera, não foi possível entrevistar o chefe de redação Adriano Fonseca, que traria importantes percepções sobre o WhatsApp, pois atua na emissora desde 2003. O acesso limitado às conversações também é descrito como uma limitação. Porém, os relatos dos demais entrevistados e os achados na observação sistemática foram suficientes para descrever a relação da TV Anhanguera com o WhatsApp na perspectiva da produção regional.

Este estudo abre caminhos para entender o jornalismo regional no Tocantins e a sua

relação com ferramentas digitais. Ao trazer dados históricos e estruturais da CBN Tocantins, inéditos no universo da pesquisa acadêmica, possibilita que novas pesquisas tomem como ponto de partida as informações descritas neste trabalho.

O assunto se mostra fértil e um campo a ser explorado a partir de novos recortes, como a apresentação do ponto de vista das fontes em relação ao jornalismo feito com auxílio do WhatsApp. Outra possibilidade é demonstrar a visão dos jornalistas do interior sobre a construção do noticiário local a partir do aplicativo.

REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, P. M. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts**. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.
- AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: Geografias da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.
- BALDESSAR, Maria José. **A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas e a revolução informacional**. Florianópolis, 1998. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC, 1998.
- BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013.
- BETTAMIO, Rafaella. **Imprensa no período Joanino**. BN Digital. Disponível em: <https://bndigital.bn.br/projetos/expo/djoaovi/imprensajoanino.html>. Acesso em: 10 jan. 2023.
- BOCZEK, Karin; KOPPERSB, Lars. **What's New about Whatsapp for News? A Mixed-Method Study on News Outlets' Strategies for Using WhatsApp**. Digital Journalism, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2019.1692685>. Acesso em: 2 nov. 2022.
- BUENO, Thaisa Cristina; ASSUNÇÃO, Thays; LACERDA, Lorena. **Whatsapp na rotina de trabalho dos jornalistas maranhenses: um estudo nas redações de Imperatriz**. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/19646>. Acesso em: 10 jul. 2023.
- BUENO, Thaísa Cristina; REINO, Lucas Santiago Arraes. **Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira**. Questões Transversais, São Leopoldo, Brasil, v. 5, n. 10, 2018. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/15741>. Acesso em: 20 jan. 2023.
- BROWN, Lucy. **Victorian News and Newspapers**. Clarendon Press: Oxford, 1985.
- BRUCE, Garrison. **Impact of Computers on the Total Newspaper**. *Newspaper Research Journal* 4, no. 3 (spring 1983), 41-63. Disponível em <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED234392.pdf>. Acesso em: 23 out. 2023.
- CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora – Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã, Portugal: LabCom/UBI, 2011.

CARVALHO, Luiz de. **Vozes da consolidação: A comunicação social no Tocantins**, Palmas, 2000.

CHAGAS, Luãn José Vaz. Entre fontes e jornalistas: **A seleção das vozes na construção das notícias na BandNews e na CBN**. 393 f. Tese (Doutorado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro - RJ, 2019.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri – SP. Estação das Letras e Cores, 2019.

CITRANGULO, Nayra Gabry. **Jornalismo e Redes Sociais Como os jornalistas se utilizam dessa ferramenta no trabalho diário nas redações**. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Jornalismo-e-Redes-Sociais.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

COSTA, Ruthy Manuella de Brito; CARVALHO Cristiane Portela de. **Jornalismo e redes sociais: novas práticas e reconfigurações**. Comunicação & Informação, Goiânia, Goiás, v. 24, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/62507>. Acesso em: 01 nov. 2023.

DORNELLES, Beatriz. **O localismo nos jornais do interior**. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, set/dez. 2010.

FEDLER, Fred. **Lessons from the Past - Journalists' Lives and Work, 1850-1950**. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, Inc., 2000.

FELIPE, André Anderson Cavalcante. **Reflexões sobre as mudanças sociais motivadas pelo desenvolvimento tecnológico: a necessidade de instituir uma reflexão ética na utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)**. Biblionline, João Pessoa, v. 8, n. 2, p. 16- 26, 2012.

FERREIRA, Paula Araújo; MONTEIRO DA LUZ, Cristina Rego; MACIEL, Ines Maria Silva. **As redes sociais como fonte de informação: uso do WhatsApp como ferramenta de apuração da notícia**. Rio de Janeiro: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

FILHO, Joaquim Fonseca Santos; TEIXEIRA, Juliana Fernandes; DOURADO, Jacqueline Lima. **O uso do WhatsApp nas redações dos portais 180 Graus e Meio Norte como instrumento para a acumulação de capitais**. Comunicologia - Revista de Comunicação da UCB, 2020, p. 119 - 136. Acesso em: 10 jan. 2023.

FONSECA, Adriano Nogueira da. **Telejornalismo regional: o percurso histórico do telejornal Bom Dia Tocantins**. 131f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Palmas, 2021.

FORT, Mônica; BRANCO, Carla Castello. As redações móveis e o jornalismo produzido via Whatsapp. In: FERNANDO, Adelson da Costa, et al. (org.). **Pesquisa em comunicação e cultura na Amazônia**. Manaus: Edua: Reggo, 2022. E-book. Disponível em: <https://riu.ufam.edu.br/handle/prefix/6270>.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades modernas**. São Cristóvão: Ed. UFS; Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRUPILLO, Aline; SERRA, Joaquim Paulo. **WhatsApp E Violência Urbana Nos Telejornais: Fluxo De Flagrantes, Desafios E Novas Rotinas Profissionais**. Intexto, nº 55, outubro de 2023. Disponível em <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/130266>. Acesso em 04 fev. 2024.

HOLANDA, André; MUNIZ, Débora Hagedstedt; MACHADO, Patrícia Pereira. **WhatsApp no Jornalismo móvel: um recorte da realidade de quatro veículos alagoanos**. Revista Latino-americana de Jornalismo, ano 3, vol. 3, nº 3. João Pessoa, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/article/view/30837/1624>. Acesso em: 20 jul. 2022.

INNIS, Harold A. **O viés da comunicação**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011. 352 p.

KOCHHANN, Andréa. **A produção acadêmica e a construção do conhecimento científico: concepções, sentidos e construções**. Goiânia: Kelps, 2021

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LINDEMANN, Cristiane. **O jornal Zero Hora e seus leitores no contexto de convergência jornalística**. 249 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre - RS, 2014.

LIMA, Simone Candida. **O uso do WhatsApp como fator de mudanças no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional**. 135 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

LIMA JUNIOR, Walter Teixeira. **Jornalismo inteligente na era do data mining**. In: revista líbero. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/722>. Acesso em: 28 ago. 2023.

LINS, Arline. **Aplicativos móveis: novas maneiras de produzir e distribuir notícia**. In: Fernando Firmino da Silva. (Org.). **Transmutações no jornalismo**. 1 ed. Campina Grande: EDUEPB, 2016, v. 1, p. 1-15.

MACKENZIE, Donald; WAJCMAN, Judy. **The Social Shaping of Technology**, Edited by the same, Open University Press, 1985.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo: A Saga dos Cães Perdidos**. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MATHEUS, Letícia Cantarela. **Questões sobre o marco histórico do telégrafo no jornalismo do século XIX (1870-1900).** Disponível em: <http://www.unicentro.br/rbhm/ed01/artigos/04.pdf>. Acesso em: 16 out. 2023.

MARTINEZ, Adriana Garcia. A construção da notícia em tempo real. In: FERRARI, P. (Org.). *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, ideias, práticas.** Petrópolis - RJ: Vozes, 2018.

MEIRELES, Isabela Luiza Pereira. COELHO, Tamires Ferreira. **O uso do WhatsApp nas rotinas produtivas do portal O Tempo.** Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2014. Disponível em: https://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/tamires_ferreira_coelho_181.pdf. Acesso em: 06 jul. 2022.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005, p. 269-279.

MOREIRA, Sonia Virginia; DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Mídia, cidade e “interior”.** Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 11, n. 21, p. 19-30, 2013.

NEPJOR/UFT - Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia. **Mapa da Mídia no Tocantins, 2020.** Disponível em: <https://nepjor.com.br/>. Acesso em: 31 mar. 2023.

NERONE, John C. **The Mythology of the Penny Press. Critical Studies In Mass Communication.** Vol. 4, Number 4, Dec 1987, p. 376-404.

NICOLETTI, Janara. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise.** 2019. 296 f. (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

O'BRIEN, Frank Michael. **The Story of the Sun. New York, 1833-1918.** New York: Hathitrust Digital Library, 1875.

ORTIZ, Renato. Um outro território. In: BOLAÑO, César R. S. (org.). **Globalização e regionalização das comunicações.** São Paulo: Educ/Editora da UFS/Intercom, 1999. p. 51-72.

PAIXÃO, Cláudio Chaves; ROCHA, Liana Vidigal. **O rádio no Tocantins: o processo de implantação e consolidação das primeiras emissoras.** Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 09, n. 01, p. 71-92, jan/jun. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/1395>. Acesso em: 12 jan. 2023.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória.** In: MACHADO, Elias. PALACIOS, Marcos (Orgs.). *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador: GJOL/ Calandra, 2003, p. 17-37.

PEÑA, Raúl Alberto Acosta. **Producción y circulación de la noticia: el newsmaking. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 123, p. 64-75, 2013. Disponível em <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/download/55/67>. Acesso em: 17 nov. 2023.

PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria; COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado**. Liinc em Revista, [S. l.], v. 18, n. 1, p. e5916, 2022. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5916>. Acesso em: 03 fev. 2024.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Mídia local, uma mídia de proximidade**. Revista Comunicação: Veredas, n. 2, p. 65-86, nov. 2003.

_____. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo, v. 1, n. 38, p.67-84, 2005.

POPKIN, Jeremy. **News and Politics and the Age of Revolution**. Jean Luzac's Gazette de Leyde. Ithaca and London: Cornell University Press, 1989.

PÔRTO Jr., Francisco Gilson Rebouças; BUCAR, Ruy Alberto Pereira. **Jornais do Norte de Goiás: leituras do passado e possibilidades de escrita da História**. Revista Humanidades & Inovação, Palmas, v. 7, n.3, fev 2020, p. 59 - 76. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/1556>. Acesso em: 20 jan. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnica da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PROJOR - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. **Atlas da Notícia**. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

RAYMOND, Joad. **The Invention of the Newspaper – English Newsbooks – 1641- 1649**. Oxford: Clarendon Press, 1996.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

_____. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009b, v. , p. 1-269.

REDE ANHANGUERA. **Mapa de cobertura**. Disponível em: <https://negocios.redeanhanguera.com.br/mapa-de-cobertura>. Acesso em: 02 dez. 2023.

REIS, Thays Assunção. **Jornalismo Regional: uma leitura a partir dos critérios de noticiabilidade do jornal O Progresso**. Estudos de Jornalismo e Mídia, v. 15, p. 62-72, 2018.

REIS, Lys Apolinário; SILVA, Edna Mello. **Televisão e história: uma proposta de linha do tempo da trajetória da mídia televisiva no Estado do Tocantins**. In: Xi Encontro Nacional

da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, 11., São Paulo, 2017. Anais [...]. São Paulo: Alcar, 2017.

REIS, Marco Aurelio; THOMÉ, Cláudia de Albuquerque. **Um olhar sobre o papel do WhatsApp nas redações dos principais jornais do Rio**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/45676>. Acesso em: 02 jan. 2023.

REIS, Thays Assunção Reis. **A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão**. 259 f. Tese (Doutorado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Rio de Janeiro - RJ, 2022.

ROBINSON, J.J.; GRENNAN, Kristen; SCHIFFRIN, Anya. **Publishing for peanuts: Innovation and the journalism start-up**. Columbia University School of International and Political Affairs, 2015. Disponível em: <http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/PublishingforPeanuts.pdf>. Acesso em: 31 out. 2023.

ROCHA, Liana Vidigal. **A mídia regional na era on-line: mapeamento dos sites e blogs jornalísticos no Estado do Tocantins**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. Intercom 40 anos: comunicação, memórias e historicidades. São Paulo: Intercom, 2017. v. 1. p. 1-14.

_____. **Webjornalismo hiperlocal: proposta de linha do tempo dos veículos on-line do Tocantins**. In: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2018. v. 1. p. 1-17.

ROCHA, Liana Vidigal; SOUZA, Sarah Melissa; ALVES, Yago Modesto. **Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020**. ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA, v. 1, p. 127-147, 2020.

ROSA, Virgílio Gruppi. **O impacto das tecnologias nas redações: como a informatização modificou a rotina profissional dos jornalistas**. 110 f. Dissertação (Graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora - MG, 2005.

SALCETTI, Marianne. The Emergence of the Reporter: Mechanization and the Devaluation of Editorial Workers. In: HARDT, Hanno; BRENNEN, Bonnie (eds.). **Newsworkers: toward a history of the rank and file**. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1995, p. 48-74.

SANTAELLA, Lucia. **Aprendizagem ubíqua substitui a educação formal?** Revista de Computação e Tecnologia da PUC-SP, v. 2, n. 1, 2013.

SANTOS, Jocyléia Santana dos. **A Sedução da Imagem: a televisão no limiar do Tocantins**. Palmas: EDUFT, 2015.

SILVA, Fernando Firmino. Cultura do Jornalismo Móvel. In: Fernando Firmino da Silva. (Org.). **Transmutações no jornalismo**. 1 ed. Campina Grande: EDUEPB, 2016, v. 1, P. 1-15.

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/18003>. Acesso em: 02 jul. 2022.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal**. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.

_____. **Mil dias: seis mil dias depois**. São Paulo: Publifolha, 2005.

SILVA, Otávio Barros. **História da Imprensa do Tocantins**. Palmas: Cartográfica Editora do Tocantins Ltda, 2003.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no ocidente. In: Jornalismo, história, teoria e metodologia – perspectivas luso brasileiras**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2023.

SPECHT, Patrícia Pivoto. **O Whatsapp no Extra (RJ) e no Diário Gaúcho (RS): a participação da audiência na reconfiguração do processo de produção da notícia**. 281 f. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design, Porto Alegre - RS, 2019.

TEIXEIRA, Irenides. **O Jornal do Tocantins de 1988 a 1991: o texto, o contexto e a imagem fotojornalística na formação do Estado do Tocantins**. Dissertação de Mestrado da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, São Paulo, 2003.

THOMPSON, John Brookshire. 1998. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Vozes.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2 ed. vol 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected**. American Journal of Sociology, Vol. 79, Nº, 1, 1973.

_____. **The exception proves the rule: the study of routine news practices**. In: HIRSCH, Paul; MILLER, Peter; KLINE, Gerald (Orgs.). *Strategies for Communication Research: Annual Review of Communication Research*. Beverly Hills: Sage Publications, 1977. p. 43-62.

_____. **La producción de la noticia – Estudio sobre la Construcción de la realidade**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983.

VARGAS, Guilherme de; RITTER, Eduardo. **A interação no rádio e a importância da função do receptor no programa Esporte & Cia, da Rádio Gaúcha, via aplicativo WhatsApp**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba – PR, 2017.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da imprensa brasileira*. Ed. Loyola. São Paulo. 1992.

Villaméa, Luiza. **Revolução Tecnológica E Reviravolta Política**. In: MARTINS, Ana Luiza & LUCA, Tania Regina de (Orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012. 303 p.

WHITROW, G. J. **O tempo na História – Concepções do tempo da pré-história aos nossos dias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

ANEXO A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
COMUNICAÇÃO E
SOCIEDADE

Av. NS 15. Quadra 109 Norte. Plano Diretor Norte, Sala 16, Bloco II | 77020-210 Palmas / TO
(63)3229-4616 | www.uft.edu.br/ppgcom| ppgcom@uft.edu.br



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr./a Sra está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **WHATSAPP E A PRÁTICA DO JORNALISMO REGIONAL NAS REDAÇÕES JORNALÍSTICAS DA TV ANHANGUERA E CBN TOCANTINS**. O objetivo deste estudo é investigar como a TV Anhanguera e a CBN Tocantins utilizam o aplicativo WhatsApp para o desenvolvimento do jornalismo regional na rotina produtiva. Acreditamos que este estudo poderá contribuir para entender como este aplicativo tem facilitado a produção noticiosa feita pelos veículos de Palmas (TO) sobre as cidades mais distantes do interior do Tocantins. O WhatsApp se mostra um recurso importante para driblar as dificuldades de deslocamento e contribuir com processos produtivos, além de transformar a audiência em um público mais participativo e colaborativo. O reflexo poderá ser visto na sociedade, ao ter novamente na imprensa, um referencial de credibilidade e verdade.

Este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido possui no total três páginas com a descrição de todas as informações sobre a pesquisa. A assinatura por extenso deverá constar na página 3 e nas demais, a rubrica como ciência das informações presentes das páginas 1 e 2.

PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO

A sua participação consistirá em uma entrevista a partir de um roteiro de perguntas que será aplicado nos meses de junho e julho de 2023. O áudio das respostas será captado para fins de organização das informações obtidas, e, em nenhuma hipótese, será divulgado. A realização da entrevista será de forma individual e presencial no local indicado pelo participante, podendo ser no ambiente de trabalho ou externamente. O objetivo é captar informações sobre a utilização do WhatsApp e a prática do jornalismo regional dentro da redação a partir do ponto de vista e vivência do entrevistado.

Durante dias específicos do mês de maio de 2023 foi realizada uma observação participante por cinco dias, além de uma pré-ambientação de dois dias na redação no veículo objeto de estudo. Informamos que a observação participante é uma técnica para coleta de dados e informações, na qual o pesquisador se insere dentro de um determinado grupo para observar o cotidiano.

Se o senhor ou senhora aceitar participar deste estudo, contribuirá para um melhor entendimento sobre a utilização do WhatsApp em veículos jornalísticos no Tocantins na prática do jornalismo regional. A pesquisadora se compromete a divulgar os resultados obtidos entregando aos participantes e a empresa uma cópia digital do trabalho final.

ACESSO AOS RESULTADOS

Se o Sr./a Sra. que aceitar participar contribuirá para um melhor entendimento do uso do WhatsApp na rotina produtiva dos jornalistas para a prática do jornalismo regional. O pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos entregando aos participantes e a empresa uma cópia digital do trabalho final.

RISCOS E BENEFÍCIOS

A participação nesta pesquisa pode acarretar possíveis desconfortos emocionais, tais como: constrangimento, exposição, inibição, medo, vergonha, receio de revelar informações, retaliação, sentimento de invasão de privacidade ou recordações negativas. Para amenizar tais riscos, esclarecemos ao Sr./a Sra. todas as informações sobre a pesquisa, bem como dos assuntos que serão abordados. A entrevista seguirá um roteiro previamente estabelecido, e será conduzida em forma de bate-papo para amenizar os possíveis desconfortos. Além disso, a entrevista será realizada no local indicado pelo entrevistado, podendo ser no ambiente de trabalho ou externamente, de modo a favorecer o diálogo e minimizar os incômodos.

INDENIZAÇÃO E RESSARCIMENTO

Caso venha a sofrer algum dano comprovadamente decorrente desta pesquisa, terá direito a indenização financeira arcada pelo pesquisador responsável, conforme comprovação dos danos. O Sr./a Sra. não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, e não receberá qualquer vantagem financeira por sua participação.

SIGILO E PRIVACIDADE

A participação do Sr./da Sra. é voluntária e, ao assinar o termo, o Sr./a Sra. concorda que poderá ser identificado (a) nesta pesquisa, conforme necessidade percebida pela pesquisadora, dentro do recorte do estudo. Ressalta-se que o participante tem a garantia de plena liberdade de decidir sobre sua participação, podendo retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem prejuízo algum.

LIBERDADE DE RECUSA E DESISTÊNCIA

É assegurado ao participante da pesquisa o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, bem como a garantia de recusar a participar do estudo a qualquer momento, sem precisar justificar. Caso o participante da pesquisa desejar deixar de participar do estudo, não sofrerá qualquer tipo de prejuízo.

CONTATO DA PESQUISADORA

A pesquisa responsável por este estudo é a jornalista Fernanda Alves de Mendonça – aluna regularmente matriculada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins, que fica localizado no Campus de Palmas, Avenida NS-15, Quadra 109 Norte | Plano Diretor Norte | Sala 16, Bloco II, Palmas/TO | 77001-090.

Contatos: (63) 98414-2292/E-mails: fernandauft@gmail.com e fernanda.mendonca@mail.uft.edu.br

Declaro ter lido – ou me foi lido – as informações acima antes de assinar este formulário. Foi-me dada ampla oportunidade de fazer perguntas, esclarecendo plenamente minhas dúvidas. Tive tempo suficiente para decidir sobre minha participação e concordo voluntariamente em participar desta pesquisa e autorizo a gravação em áudio da entrevista. Sei que poderei retirar o meu consentimento a qualquer hora, antes ou durante a mesma, sem penalidades, prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido. Por este instrumento, participo, voluntariamente, do presente estudo.

Esta pesquisa foi analisada e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da Universidade Federal do Tocantins (CEP/UFT), reconhecido pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep) em 03 de dezembro de 2005. O CEP é uma instância colegiada, interdisciplinar, independente, com *munus* público, de caráter consultivo, deliberativo e educativo, criado para defender os interesses dos sujeitos da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos, conforme a Resolução CNS 196/96, II, 14.

O CEP também contribui para a qualidade e papel das pesquisas no desenvolvimento institucional e social da comunidade. Também contribui para a valorização do pesquisador, ao reconhecer a ética da proposta desenvolvida. O CEP/UFT fica localizado na Avenida. NS-15, ALCNO, 14, Prédio novo da Reitoria - 2º Piso, Sala 16, Palmas – TO, CEP: 77001-090. Telefone/WhatsApp: (63) 3229 4023. E-mail: cep_uft@uft.edu.br. Atendimento de segunda a terça-feira das 14h às 17h e quarta e quinta-feira, das 9h às 12h.

Assino o presente documento em duas vias de igual teor e forma, ficando uma em minha posse.

Dados do participante da pesquisa	
Nome:	
Telefone:	
e-mail:	

_____, ____ de _____ de 2023.

Participante da Pesquisa

Pesquisador Responsável

ANEXO B – Parecer consubstanciado do CEP

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DA EMENDA

Título da Pesquisa: WhatsApp e a prática do jornalismo regional nas redações jornalísticas da TV Anhanguera e CBN Tocantins

Pesquisador: FERNANDA ALVES DE MENDONCA

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 66488522.5.0000.5519

Instituição Proponente: Universidade Federal do Tocantins Campus Palmas

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.534.768

Apresentação do Projeto:

A presente pesquisa tem como objetivo geral investigar como a TV Anhanguera e a CBN Tocantins utilizam o aplicativo WhatsApp para o desenvolvimento do jornalismo regional na rotina produtiva. A escolha pelos dois objetos de pesquisa ocorreu por serem os que apresentam a melhor estrutura de trabalho (quantidade de profissionais e recursos tecnológicos), e os que fazem uso do WhatsApp institucional. Quanto ao tipo de pesquisa, optamos pela qualitativa, pois fornece busca compreender os significados presentes nas ações humanas. E para atender aos objetivos geral e específicos desta pesquisa quanto a obtenção dos dados necessários para o estudo, optamos pela utilização das técnicas de pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas e observação participante. Utilizamos ainda como aporte teórico-metodológico da investigação a perspectiva do Newsmaking e dos estudos de rotinas produtivas. Serão seis dias de observação direta em horários intercalados, por seis dias seguidos, de 10 de abril a 15 de abril de 2023. Este estudo se justifica por investigar um assunto inexplorado no contexto tocantinense, que é a utilização do WhatsApp nas redações de veículos de comunicação. Nas pesquisas em banco de teses e dissertações nacionais identificamos trabalhos, tendo

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



Continuação do Parecer: 6.534.768

como objetos de estudo, veículos localizados em diferentes estados das regiões Nordeste, Sudeste e Sul, mas nenhum do Tocantins. Associado a esse dado, verificamos que 54 dissertações defendidas até agosto de 2022, no programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFT, nenhuma se detém a tratar deste objeto, o que confirma o quanto é importante e necessário estudá-lo sob o ponto de vista regional. Este estudo também contribui com a linha de pesquisa no qual está inserido: Jornalismo, Mídias e Cultura, ao qual se dedica em entender um determinado fenômeno comunicacional, o uso do WhatsApp pelo jornalismo, em diversas dimensões, além de estar inserido na abordagem dos estudos de mídia com as tecnologias. Percebemos que o aplicativo possui um claro potencial de transformação e readequação do jornalismo e, ter um recorte inédito dois veículos de comunicação no Tocantins, contribuirá para a ampliação de pesquisas no âmbito do PPGCOM/UFT sobre fenômenos vistos na área da comunicação, mas com recorte para as práticas em âmbito regional. Por fim, esta pesquisa justifica-se ao propor uma investigação envolvendo tecnologia e jornalismo, buscando entender como os jornalistas usam o WhatsApp na produção de notícias, engajamento com a audiência e se tem favorecido a prática jornalística regional em Palmas e no estado do Tocantins. Como hipótese de pesquisa acreditamos que o uso do WhatsApp tem facilitado a rotina profissional dos jornalistas nos seguintes aspectos: no processo de produção das notícias; aproximação dos jornalistas com a audiência e fontes; e favorecimento da prática jornalística regional por meio do contato com áreas e públicos de cidades do interior do Tocantins.

Objetivo da Pesquisa:

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Investigar como a TV Anhanguera e a CBN Tocantins utilizam o aplicativo WhatsApp para o desenvolvimento do jornalismo regional na rotina produtiva.

2.2 Objetivos específicos

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



Continuação do Parecer: 6.534.768

- a) Investigar a relação entre as redações da capital e interior por meio do WhatsApp;
- b) Conhecer as estratégias de engajamento com o público por meio do WhatsApp;
- c) Como ocorria a cobertura do jornalismo regional antes do WhatsApp.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

3.1 Benefícios e riscos

Como benefício desta pesquisa, acreditamos que este trabalho poderá contribuir para entender como o WhatsApp tem melhorado a prática regional do jornalismo, fazendo com os veículos da capital possam estabelecer contato com as cidades mais distantes do interior do Tocantins. Com redações mais enxutas e menos recursos para o desempenho de atividades tradicionais no jornalismo, o aplicativo se mostra um recurso importante para driblar as dificuldades de deslocamento e contribuir com processos produtivos, além de transformar a audiência em um público mais participativo e colaborativo. O reflexo poderá ser visto na sociedade, ao ter novamente na imprensa, um referencial de credibilidade e verdade.

Quanto aos riscos da realização desta pesquisa, acreditamos que os entrevistados podem sofrer possíveis desconfortos emocionais, tais como: constrangimento, exposição, inibição, medo, vergonha, receio de revelar informações, retaliação, sentimento de invasão de privacidade ou recordações negativas. Para amenizar tais riscos, os participantes serão orientados sobre a pesquisa, bem como dos assuntos que serão abordados.

A entrevista seguirá um roteiro previamente estabelecido, e será conduzida em forma de bate-papo para amenizar os possíveis desconfortos. Além disso, a entrevista será realizada no local indicado pelo entrevistado, podendo ser no ambiente de trabalho ou externamente, de modo a favorecer o diálogo e minimizar os incômodos.

Caso algum jornalista alvo da entrevista perca o vínculo com a empresa, e isso ocorra antes da aplicação do roteiro de perguntas, será feita a substituição conforme os critérios de inclusão e exclusão apresentados mais à frente nos caminhos metodológicos. Destacamos que os entrevistados poderão ser identificados na apresentação dos resultados, conforme necessidade percebida pela pesquisadora, e dentro do recorte do estudo.

A pesquisadora compromete-se a divulgar os resultados aos jornalistas participantes e, a TV Anhanguera e CBN Tocantins, bem como o encaminhamento da dissertação, devidamente aprovada pela UFT, para divulgação pública, conforme determina a Norma Operacional N^o

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



Continuação do Parecer: 6.534.768

001/2012, do Conselho Nacional de Saúde, que trata da organização e funcionamento dos Comitês de Ética em Pesquisa (CEP) e da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep), e procedimentos para submissão, avaliação e acompanhamento do desenvolvimento da pesquisa envolvendo seres humanos no Brasil.

A coleta de dados nas redações foi iniciada após a aprovação deste da primeira versão do projeto junto ao Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da Universidade Federal do Tocantins (CEP/UFT), reconhecido pela Conep.

A pesquisadora se compromete a atender a todas as exigências e protocolos determinados pelo CEP/UFT, incluindo a devida autorização das empresas para a realização desta pesquisa, conforme Apêndices C, D e E.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Projeto de pesquisa apresentado à disciplina de Metodologia Científica do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT) como requisito parcial para avaliação.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

O projeto apresenta todos os itens obrigatórios de acordo com a Norma Operacional 001/2013, item 3.4.

Recomendações:

Não há.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Trata-se de uma "revisão do projeto de pesquisa a partir das considerações apresentadas pela banca de pesquisadores responsáveis pela qualificação, decidiu-se pela alteração em alguns pontos. Tais mudanças tem como objetivo enriquecer a pesquisa em desenvolvimento e ampliar a contribuição ao meio acadêmico e sociedade."

Foram realizadas pequenas alterações no Título da pesquisa, nas perguntas da entrevista, nas hipóteses e nos objetivos sem, no entanto, causar mudanças substanciais no projeto e não afetando os preceitos éticos postos pela Resolução 510/2016 e pela norma operacional 001/2013.

Considerações Finais a critério do CEP:

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



Continuação do Parecer: 6.534.768

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_2231840 E1.pdf	17/10/2023 15:27:48		Aceito
Recurso Anexado pelo Pesquisador	Justificativa_Emenda.doc	17/10/2023 15:25:57	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Fernanda_Alves_de_Mendonca_Emenda.docx	17/10/2023 15:24:35	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_TCLE_Emenda.docx	17/10/2023 15:23:31	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_de_Consentimento_Livre_e_Esclarecido_numerado.docx	09/03/2023 13:27:08	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Fernanda_Alves_de_Mendonca_corrigido.docx	09/03/2023 13:26:09	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Outros	Resposta_Pendencia_corrigida.doc	09/03/2023 13:24:15	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Fernanda_Alves_de_Mendonca.docx	29/12/2022 14:04:15	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Outros	Ordem_de_sucessao_Reitor_UFT.pdf	29/12/2022 11:08:32	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Declaração de Pesquisadores	Termo_de_Confidencialidade.pdf	29/12/2022 11:07:46	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Outros	Termo_OJC.pdf	29/12/2022 11:07:04	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Outros	Termo_TV_Ananguera.pdf	29/12/2022 11:06:44	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Outros	Termo_CBN_Tocantins.pdf	29/12/2022 11:05:34	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	Termo_de_Consentimento_Livre_e_Esclarecido.docx	29/12/2022 11:02:12	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto_assinada.pdf	29/12/2022 10:56:41	FERNANDA ALVES DE MENDONCA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE
FEDERAL DO TOCANTINS -
UFT



Continuação do Parecer: 6.534.768

Não

PALMAS, 27 de Novembro de 2023

Assinado por:
MARCELO GONZALEZ BRASIL FAGUNDES
(Coordenador(a))

Endereço: Quadra 109 Norte, Av. Ns 15, ALCNO 14, Prédio da Reitoria, 2º Pavimento, Sala 16.
Bairro: Plano Diretor Norte **CEP:** 77.001-090
UF: TO **Município:** PALMAS
Telefone: (63)3229-4023 **E-mail:** cep_uft@uft.edu.br

APÊNDICE A – Roteiro de perguntas para cargos de chefia/comando da TV Anhanguera e CBN Tocantins

Nome:

Cargo:

Tempo na atual empresa:

Tempo de atuação como jornalista:

O que você entende por jornalismo regional? Você pode conceituar?

Você considera que a empresa possui uma produção regional? Por quê?

Como é realizada a produção de notícias regionais? Há deslocamento de jornalista e/ou equipe para outras cidades do interior?

Qual o papel do WhatsApp na produção regional? Você acha que o aplicativo facilitou esse tipo de cobertura?

De que modo vocês mais recebem sugestões de pauta de outras cidades no WhatsApp (p.ex. sugestão dos telespectadores, das assessorias, de grupos dos municípios, de comunicadores/jornalistas do interior, etc)?

Como são selecionados os acontecimentos/demandas de outras cidades que chegam pelo WhatsApp para entrar no telejornal? Quais os critérios de inclusão e exclusão.

Como faz a verificação das informações de outras cidades que chegam pelo WhatsApp?

Você está em grupos de WhatsApp de outras cidades? Quais?

Esses grupos de WhatsApp de outras cidades ajudam na obtenção de informação na rotina?

Quais cidades são mais pautadas pela empresa? E por que isso ocorre?

Existem dificuldades para a realização de uma cobertura regional? Se sim, quais são elas?

Quando passou a utilizar o WhatsApp como ferramenta de trabalho?

Como ocorreu o processo de inserção do WhatsApp na sua rotina de trabalho?

Qual é a dinâmica de troca de mensagens entre os jornalistas e as fontes por meio do número institucional? Vocês passam algum tipo de orientação para os profissionais? Se sim, quais?

Quais as vantagens e desvantagens do uso do WhatsApp no processo de produção da notícia?

Em sua atuação ocupando cargo de chefia, você incentiva o uso do WhatsApp pelos jornalistas?

Quando os grupos de trabalho foram criados? A pandemia teve alguma influência?

APÊNDICE B – Roteiro de perguntas para repórter e produtor da CBN Tocantins e TV Anhanguera

Nome:

Cargo:

Tempo na atual empresa:

Tempo de atuação como jornalista:

O que você entende por jornalismo regional? Você pode conceituar?

Você considera que a empresa possui uma produção regional? Por quê?

Como é realizada a produção de notícias regionais? Há deslocamento de jornalista e/ou equipe para outras cidades do interior?

Qual o papel do WhatsApp na produção regional? Você acha que o aplicativo facilitou esse tipo de cobertura?

De que modo vocês mais recebem sugestões de pauta de outras cidades no WhatsApp (p.ex. sugestão dos telespectadores, das assessorias, de grupos dos municípios, de comunicadores/jornalistas do interior, etc)?

Como são selecionados os acontecimentos/demandas de outras cidades que chegam pelo WhatsApp para entrar no telejornal/rádio jornal? Quais os critérios de inclusão e exclusão.

Como faz a verificação das informações de outras cidades que chegam pelo WhatsApp?

Você está em grupos de WhatsApp de outras cidades? Quais?

Esses grupos de WhatsApp de outras cidades ajudam na obtenção de informação na rotina?

Quais cidades são mais pautadas pela empresa? E por que isso ocorre?

Existem dificuldades para a realização de uma cobertura regional? Se sim, quais são elas?

Quando passou a utilizar o WhatsApp como ferramenta de trabalho?

Como ocorreu o processo de inserção do WhatsApp na sua rotina de trabalho?

Quais as vantagens e desvantagens do uso do WhatsApp no processo de produção da notícia?

A chefia incentiva o uso do WhatsApp pelos jornalistas?