

WhatsApp no cenário regional: Mapeamento do aplicativo nos veículos jornalísticos de Palmas (TO)

WhatsApp in the regional scenario: Mapping the application in journalist vehicles of Palmas (TO)

Fernanda Alves de Mendonça¹
Thays Assunção Reis²

Resumo: O objetivo deste artigo é apresentar os veículos jornalísticos – impresso, rádio, TV, sites de notícias –, de Palmas (TO) que usam o WhatsApp Institucional em suas rotinas de trabalho. Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, realizada entre agosto de 2022 e janeiro de 2023, e empreendida em duas etapas: 1) identificação dos veículos em funcionamento na capital; 2) aplicação de questionário com os veículos mapeados sobre o uso do WhatsApp institucional. O estudo chegou ao número de 58 veículos em atividade em Palmas e 26 que utilizam o WhatsApp institucional. Conclusivamente esses resultados mostram: o papel dominante da capital na produção e distribuição de conteúdo regional; o WhatsApp como uma ferramenta facilitadora da produção regional (aquela referente a outros municípios) e do contato com os diferentes regionalismos do Tocantins.

Palavras-chaves: WhatsApp. Jornalismo regional. Regionalismo. Tocantins.

Abstract: The aim of this article is to present the news outlets - print, radio, TV, news sites - in Palmas (TO) that use WhatsApp Institutional in their work routines. This is an exploratory and descriptive study, carried out between August 2022 and January 2023, and undertaken in two stages: 1) identification of the outlets operating in the capital; 2) application of a questionnaire with the mapped outlets on the use of institutional WhatsApp. The study found 58 vehicles in operation in Palmas and 26 that use institutional WhatsApp. In conclusion, these results show: the dominant role of the capital in the production and distribution of regional content; WhatsApp as a tool to facilitate regional production (that referring to other municipalities) and contact with the different regionalisms of Tocantins.

Keywords: WhatsApp. regional Journalism. Regionalism. Tocantins.

Introdução

No mundo moderno, os fluxos globais de informação integram e

¹ Mestranda do Programa de Pós - Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGcom) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: fernandauft@gmail.com.

² Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: thays.jornalista@gmail.com.

conectam diferentes contextos sociais e geográficos, além de promover um “estreitamento” do mundo e uma suposta homogeneização das culturas. Rompendo com esse panorama, as regionalidades emergem como um elemento de diferenciação e de aproximação das comunidades no mundo globalizado (Hall, 1999; Mattelart, 2005)

Segundo Haesbaert (2010, p. 08), a regionalidade compreende a propriedade ou a qualidade de “ser” regional, ou seja, a dimensão simbólica e vivida de uma região. Ela envolve a criação concomitante da “realidade” e das representações regionais, sem que elas se dissociem ou se sobreponham. Desse modo, “[...] o imaginário e a construção simbólica moldariam o vivido regional e a vivência e produção concretas da região, por sua vez, alimentariam suas configurações simbólicas”.

O autor ainda acrescenta uma outra característica da regionalidade: a identificação dos habitantes com sua região, tanto dentro quanto fora dela. Nesse processo, participam diversos atores sociais, como ativistas, instituições, organizações da sociedade civil etc. (Haesbaert, 2010). Dentre eles, destacamos as mídias locais e regionais, que segundo Peruzzo (2003), passaram por uma revitalização no contexto da globalização das comunicações. Para a autora, esse movimento

[...] é uma forma de explicitar que os cidadãos reivindicam o direito à diferença. Apreciam as vantagens da globalização, mas também querem ver as coisas do lugar, de sua história e de sua cultura expressas dos meios de comunicação ao seu alcance (Peruzzo, 2003, p. 1-2).

Dito isto, reconhecemos que os meios locais e regionais desempenham um importante papel no estabelecimento das regionalidades ao produzir matérias e reportagens que falam dos acontecimentos, histórias, personalidades, costumes, valores e problemas da região no qual estão inseridos. Desse modo, a proposta deste artigo é mapear os veículos jornalísticos de Palmas, capital do Tocantins, e identificar aqueles que fazem uso do WhatsApp institucional em suas rotinas de trabalho.

Apresentamos questões do uso do WhatsApp institucional como um dado que pode ser agregado ao contexto de produção das regionalidades pelo jornalismo local e (ou) regional. As informações apresentadas no texto são oriundas de uma pesquisa exploratória e descritiva realizada a partir de buscas na internet, coleta de informações com colegas jornalistas, e aplicação de questionário por e-mail com as redações mapeadas.

WhatsApp e o uso no jornalismo

O jornalismo tem convivido, nos últimos anos, periodicamente, com o surgimento de plataformas digitais, modelos e modos distintos para a elaboração de produtos e apresentação dos conteúdos jornalísticos. As mídias móveis têm um papel de destaque nesse processo, ao proporcionar a convergência jornalística e propiciar “inovação e renovação para os processos de produção de conteúdos, sua linguagem, formatos de apresentação, edição, circulação, recirculação, recepção e consumo” (Barbosa, 2013, p. 33).

Uma das experiências que vem se mostrando exitosa é a utilização do aplicativo WhatsApp pelas organizações jornalísticas, especificamente no modo como obtém e disseminam informação. Na produção das notícias, por exemplo, o aplicativo facilita o envio de informações e imagens de forma rápida às redações. Este recurso tem facilitado, 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 assessoria de comunicação da Prefeitura de Palmas, utilizou o aplicativo para realizar, em tempo real, a transmissão por vídeo chamada, do cortejo fúnebre do local do velório até o cemitério em que está sepultado Siqueira Campos. As imagens foram retransmitidas no Instagram e Youtube.

O WhatsApp também é utilizado por empresas jornalísticas como canal de distribuição e engajamento, conforme Boczek e Koppers (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 (Mireles; 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.

Ao apresentar um histórico sobre a presença do WhatsApp no jornalismo, Specht (2019) atribui um dos primeiros exemplos do ocorrido com a BBC, em 2014, nas eleições indianas, com a combinação do WhatsApp e WeChat para

distribuir conteúdo por meio desse canal. Uma prática que se mostrou exitosa e demonstrou o campo frutífero de exploração do WhatsApp no jornalismo.

Trazendo um recorte nacional, em um estudo sobre o impacto do uso de aplicativos móveis no trabalho dos veículos de comunicação do Brasil, Bueno e Reino (2017) analisam 27 veículos no Brasil, abrangendo todas as capitais e, na parte correspondente ao WhatsApp, identificaram se tratar do recurso mais comum utilizado pelos veículos alvos da pesquisa. Apesar disso, apontaram falhas em seu uso por parte dos jornalistas, como a falta de normas ou um manual para seu uso, tempo de resposta lento, e certo relapso com o público. Basicamente, é utilizado para o envio de mídias como fotografias, vídeos e textos.

No Tocantins, ainda não há informações sistematizadas sobre a inserção do aplicativo nas redações dos veículos regionais. Esta pesquisa representa então um primeiro movimento para descortinar essa realidade e conhecer suas especificidades.

Procedimentos metodológicos

Para o desenvolvimento deste trabalho foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva (Gil, 1999) que consistiu no mapeamento dos veículos jornalísticos em funcionamento em Palmas (TO), e na identificação do WhatsApp institucional pelas redações. O estudo foi desenvolvido entre agosto de 2022 e março de 2023, e ocorreu em duas etapas: 1) busca dos veículos a partir dos três principais buscadores (Google, Bing e Yahoo) da internet, *mailing* pessoal de colegas jornalistas, e de dados Mapa da Mídia do Tocantins (NEPJOR/UFT, 2022), o Atlas da Notícia (PROJOR, 2022); e 2) aplicação de questionário sobre o WhatsApp institucional com os veículos mapeados.

Na primeira etapa da pesquisa foram registrados um total de 58 veículos ativos em Palmas em 2023. Deste número, foram excluídos os meios especializados, blogs, emissoras de rádio sem programação jornalística, sites das

rádios e TV web. Ao final, chegou-se ao número de 48 veículos jornalísticos para a recolha de informações sobre o uso do WhatsApp institucional.

A etapa seguinte consistiu no envio de um questionário com nove perguntas para o e-mail das redações selecionadas. Esse processo se deu no intervalo de 09 de janeiro a 21 de março de 2023 e resultou em 36 respostas, detalhadas e analisadas na sequência. As questões encaminhadas foram:

Quadro 1: Perguntas enviadas aos veículos jornalísticos de Palmas

- 1) Utilizam um número de 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 (próprios ou de terceiros), lista de transmissão? Caso sim, detalhe como funciona essa estratégia de divulgação.
- 9) Qual é a data de criação/surgimento deste veículo?

Fonte: As autoras (2023)

Resultados

O cenário jornalístico de Palmas

Localizada na mesorregião oriental do Tocantins e na microrregião de Porto Nacional, Palmas conta com 58 veículos jornalísticos em atividade no ano de 2023, sendo 39 sites; dez rádios; cinco emissoras de televisão e um veículo exclusivamente on-line no Facebook; e três jornais impressos (Quadro 2). Essa expressiva quantidade e diversidade de mídias, contemplando desde as mais sofisticadas até as mais simples tecnicamente, é característico das capitais

estaduais brasileiras. Estudos geográficos tradicionais no país, como o Regiões de Influência das Cidades (Regic/IBGE, 2020), já evidenciaram essa tendência de concentração/centralidade dos serviços de mídia nas capitais dos Estados.

Quadro 2: Veículos jornalísticos de Palmas

Nome do veículo	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.norteagropecuario.com.br
O Coletivo	Site	www.ocoletivo.com.br
O Estado do Tocantins	Site	oestadodotocantins.com.br
O Girassol	Site	www.ogirassol.com.br
O Jornal	Site	www.ojornal.net
Opinião em Debate	Site	opinioemdebate.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	portalnovonorte.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 manter ativos frente às novas faces do jornalismo online. 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.

O WhatsApp institucional

Dos 48 veículos jornalísticos registrados na capital, apenas 36 responderam à pesquisa 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 (Quadro 3).

Quadro 3: 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 Notícias	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

A partir desse dado é possível inferir que a baixa adesão dos veículos quanto a adoção de uma conta institucional no WhatsApp se deve à falta de preparo para a cultura do jornalismo móvel. Silva (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 utilizam perfil institucional dentro das 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 e aposta no WhatsApp para proporcionar uma comunicação instantânea com seu público, pois a maior parte da programação é ao vivo. Ao observar a utilização do WhatsApp no jornalismo, Specht (2019) concluiu que o público atua como parceiro e fonte de conhecimento na produção de reportagens e coberturas especiais, além de apontar rumos e correções em matérias que vão ao ar, por vezes, de forma instantânea.

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 no ano de 2019, representando um percentual de 20% do total (Quadro 4). 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 comunidade. O detalhamento é apresentado mais abaixo.

Quadro 4: 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

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.

Sobre a divulgação do número institucional (Quadro 5), 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.

Quadro 5: 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

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 6).

Quadro 6: 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.

Considerações finais

A partir da pesquisa realizada, percebemos que Palmas possui uma alta concentração de veículos jornalísticos em seu território, o que sinaliza o papel dominante da capital na produção e distribuição de conteúdo regional encontrado no estado.

Do ponto de vista da produção jornalística, os dados do WhatsApp indicam para uma preocupação/atenção dos veículos jornalísticos da capital de incluírem a ferramenta na sua rotina de trabalho. Esse fator contribui com a produção regional (aquela referente a outros municípios) e o contato das redações com os diferentes regionalismos do Tocantins.

O mapeamento permitiu ainda perceber que principalmente as emissoras de TV exploram melhor o WhatsApp para interagir com as audiências. Solicitam ao vivo o envio de mensagens, como perguntas sobre assuntos tratados no ar, fotos das pessoas, registros especiais, vídeos com sugestões de pautas, dentre outros.

Mas, mesmo com a disponibilização de contato institucional, os jornalistas não abrem mão da utilização dos perfis pessoais na rotina de produção. O fato pode ser explicado pela privacidade nas conversas, controle sobre os registros e acesso facilitado que os contatos pessoais proporcionam.

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.

Por outro lado, esta pesquisa indica novas possibilidades de investigações, como a análise das notícias para identificar os regionalismos presentes na produção jornalística de Palmas. Pode-se constatar por este outro estudo, por exemplo, que mesmo com o uso do WhatsApp na cobertura regional, as representações regionais/regionalismos tocantinenses ficam restritas a eventos/datas comemorativas.

Referências bibliográficas

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.

BOCZEK, Karin; KOPPERS, 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, Thaísa; REINO, Lucas Santiago Arraes. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais, [S.l.], v. 1, n. 1, jun. 2017.

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.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAESBAERT, Rogério. Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. Revista Antares, nº 03, Jan/jun 2010, p. 1-24.

IBGE. Regiões de Influência das Cidades 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.

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.

MATTELART, Armand. Diversidade cultural e mundialização. São Paulo: Parábola, 2005.

MEIRELES, Isabela Luiza Pereira; COÊLHO, Tamires Ferreira. O uso do WhatsApp nas rotinas produtivas do portal O Tempo. Anais do Simpósio Nacional da ABCiber, São Paulo, 2014.

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.

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

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

ROCHA, Liana Vidigal; SOUSA, Sarah Melissa Barros de; 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.

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.

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.