

# A utilização do WhatsApp no telejornalismo regional: um estudo de caso do Programa Balanço Geral -TO

*WhatsApp usage in regional television journalism:  
a Balanço Geral Program -TO's case study*



Hérica Rocha Borges Feitosa<sup>i1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2415-0315>

Ingrid Pereira de Assis<sup>ii2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-0788>

Sérgio Ricardo Soares Farias Silva<sup>iii3</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9401-4571>

Recebido em: 06/06/2024. Aprovado em: 19/05/2025.

## Resumo

A pesquisa teve como objetivo analisar a influência da utilização do WhatsApp na rotina de produção de notícias, escolhendo como estudo de caso o programa Balanço Geral-TO, produto de conteúdo jornalístico da TV Jovem, afiliada da Record TV, em Palmas-TO. Para isso, acionou enquanto procedimentos metodológicos: a observação participante, no período de 3 a 14 de outubro de 2022, e a aplicação de entrevistas semiestruturadas. Com isso, ficou evidenciado que a utilização do aplicativo se tornou fundamental para a produção do telejornal, ampliando a participação da comunidade.

**Palavras-chave:** WhatsApp; Balanço Geral-TO; cultura participativa.

## Abstract

The research aimed to analyze the influence of the use of WhatsApp in the news production routine, choosing as a case study the program Balanço Geral-TO, a journalistic content product from TV Jovem, an affiliate of Record TV, in Palmas-TO. To this end, it used methodological procedures: participant observation, from October 3 to 14, 2022, and the application of semi-structured interviews. With this, it became clear that the use of the application became fundamental to producing the news, increasing community participation.

**Keywords:** WhatsApp; Balanço Geral-TO; participatory culture.

## 1 Introdução

A despeito da história midiática ser comumente compreendida em seu caráter evolutivo, a presente era digital possibilitou a produção, o consumo e a disseminação de conteúdo de maneira descentralizada e em uma velocidade inédita. Ascenderam quatro fenômenos: a convergência midiática (Jenkins, 2008), a cultura participativa (Lemos,

<sup>1</sup> Universidade Federal do Tocantins (UFT). Tocantins – Brasil. E-mail: hericarbf@gmail.com.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Tocantins (UFT). Tocantins – Brasil. E-mail: ingrid.assis@uft.edu.br.

<sup>3</sup> Universidade Federal do Tocantins (UFT). Tocantins – Brasil. E-mail: sergio.rsoares@uft.edu.br.



2005a), a inteligência coletiva (Levy, 2003) e, mais recentemente, a cultura da conexão (Jenkins; Green; Ford, 2014). Juntos, eles permitem desenhar o contexto da produção de notícias como sendo de colisão entre novas e velhas mídias, com conteúdos jornalísticos pensados para estar em mais de uma plataforma e trabalhados de modo cooperativo. Os receptores já não se contentam em receber a notícia, mas participar da produção de conteúdo, comentar o que é realizado e compartilhar, o que, naturalmente, tende a implodir a própria noção convencional de recepção. André Lemos aponta que a “cibercultura caracteriza-se por três ‘leis’ fundadoras: a liberação do polo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais” (2005b, p. 1). O conteúdo passa a ser criado e recriado por muitas mãos – citezen media (Lemos, 2005b), para as mais diferentes plataformas, o que reforça a formação de uma inteligência coletiva.

Os agentes desse processo de celeridade crescente da produção de notícias estão conectados por meio, sobretudo, de plataformas de redes sociais ou de mídias sociais, a depender da perspectiva conceitual que se adote. Neste contexto, os *smartphones* e outros dispositivos móveis foram fundamentais, já que muitas dessas plataformas foram desenvolvidas visando o uso *mobile*, casadas com funcionalidades multimídia embarcadas, como câmeras, GPS, gravador etc. Firmino (2013) classifica o jornalista que produz notícias por meio de dispositivos móveis, redes móveis e telemáticas como *Mobile Journalist* (MOJO), impactado na apuração, produção e divulgação das notícias por essa mobilidade.

Tomando esse ponto de partida, desenvolveu-se aqui uma pesquisa com foco em um aplicativo que adentrou e se estabeleceu nas redações jornalísticas: o WhatsApp. Fundado em 2009, nos Estados Unidos, por Jan Koum e Brian Acton, inicialmente, era um mero competidor do SMS. Com o incremento de novas funcionalidades, como o envio de mídias diversas (texto, foto e vídeo) de forma gratuita, o aplicativo ganhou popularidade, chamando atenção do Facebook (hoje, Meta), que, em 2014, pagou US\$ 19 bilhões para ter controle do aplicativo (Olson, 2014).

Justamente por facilidade e gratuidade no envio de conteúdo, o WhatsApp foi assimilado pelos jornalistas para marcações de pautas, realizações de entrevistas à distância, mas não só. No telejornalismo, o aplicativo se transformou em uma potente ferramenta de contato do telespectador com as redações, permitindo o envio de sugestões e conteúdos (vídeos e fotos, por exemplo). Isso ampliou a diversidade de vozes e a



percepção do público acerca da sua participação. Levantou, inclusive, o questionamento do papel do jornalista nesse novo contexto, pois “...fica evidenciada tanto uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas” (Machado, s/a, p. 6).

A partir daí, surge a seguinte pergunta de pesquisa: de que forma ferramentas como o WhatsApp impactam na escolha diária de pautas, realizadas no âmbito dos veículos de comunicação tradicionais? Traçou-se como objetivo geral da investigação analisar a influência da utilização do aplicativo dentro da rotina de produção de notícias e na construção de pautas, selecionando-se como estudo de caso o programa Balanço Geral-TO, produto jornalístico da TV Jovem, afiliada da Record TV, em Palmas, Tocantins, escolha justificada, sobretudo, por seu perfil mais popular.

Desse objetivo principal, desdobram-se os seguintes objetivos específicos: fazer uma reflexão a respeito da utilização de tais plataformas no processo de apuração das notícias e sua influência na divulgação dos fatos; e discutir como o consumidor da atualidade busca não apenas se informar, mas, também, colaborar com a produção de notícia, mesmo nas mídias consideradas tradicionais. Para isso, primeiramente, o artigo traz um breve resgate acerca da plataforma em questão e sua relação com as mídias tradicionais, como a televisão, que é o foco da pesquisa, bem como uma apresentação do telejornal selecionado para a investigação. Em seguida, explora os dados obtidos por meio da observação participante e das entrevistas em profundidade, aplicadas com os jornalistas que atuam diretamente no Balanço Geral-TO.

## 2 Novas plataformas, televisão e o Balanço Geral-TO

De acordo com Recuero (2000), com o desenvolvimento tecnológico, é possível observar como as diferentes mídias sempre representaram, cada uma à sua maneira, extensões das capacidades humanas naturais. Já Bernardi (2007) assimila a Tecnologia (sobretudo a midiática) enquanto um novo modo de conhecimento, que vai impactar na sociedade.

A Tecnologia, como uma forma de conhecimento, passa a influenciar a sociedade, não apenas como um novo campo de estudo ou uma forma de apropriação de valor, mas alterando os mais diferentes aspectos da vida cotidiana do indivíduo, seja pela necessidade da interação com os diferentes



produtos da tecnologia, ou pelas novas concepções na manipulação da informação e do conhecimento que a mesma possibilita (Bernardi, 2007, p. 40).

A televisão, por exemplo, permitiu que se enxergasse eventos e lugares distantes. Já a internet possibilitou, numa gama ainda maior, a otimização das capacidades e do alcance comunicativo. Jenkins (2008) aponta que, com a ascensão das redes de computadores, nasce a cultura da convergência, na qual as velhas mídias colidem com as novas mídias. Nesse processo, até mesmo o conceito de telejornalismo é repensado. Ele passa a ser visto muito mais como um jornalismo para telas, sejam elas a do televisor tradicional ou a do smartphone (Emerim; Finger; Cavenaghi, 2015; e Cardoso, 2013), além de que, “Se, por um lado, o acesso à informação está na ‘ponta dos nossos dedos’ [...] por outro, o cidadão facilmente percebeu o uso que podia dar à tecnologia que facilita a recolha e partilha de informação, seja textual, seja sonora ou audiovisual” (Sá, 2015, p. 363).

As plataformas de redes sociais e mídias digitais abriram espaço para a produção e divulgação de material audiovisual, impactando diretamente na rotina produtiva, mesmo dos programas televisivos mais convencionais, tais como o Balanço Geral-TO, como será detalhado no próximo tópico. Antes, porém, é preciso conhecer a emissora do programa a ser analisado. A TV Jovem é uma emissora instalada em Palmas, capital do Tocantins, que opera no canal 7 (18 UHF digital) e é afiliada à Record TV. O técnico de futebol e político Vanderlei Luxemburgo detém a propriedade da empresa. Inaugurada em 11 de outubro de 2000, A TV Jovem, em seu histórico, já entrou no ar pelo canal 11 VHF, anteriormente ocupado pela TV Anhanguera Gurupi, afiliada da Rede Globo, e posteriormente foi afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Nessa fase, contava com muitos programas locais.

Em 1º de abril de 2007, a TV Jovem sai do ar, com a venda da concessão do canal 11 para a TV Anhanguera Palmas, da Organização Jaime Câmara, afiliada da Rede Globo no Tocantins. Em 7 de dezembro de 2007, retorna ao ar, no canal 7 e como afiliada da Rede Record (atualmente, Record TV). Nessa época, tinha como *slogan* “A melhor programação, no melhor canal da cidade”. É o momento em que a emissora renova sua programação com o Esporte Mais, o jornalístico Tempo Real, Programa Nogueira Júnior e o Olhar Digital na Construção Civil. Em 16 de outubro de 2018, a emissora volta com um telejornal noturno, o Cidade Alerta-TO, com a apresentação de Beto Palaci, e, em 24



de agosto de 2019, passa a exibir a programação nacional da Record TV, em alta definição. Além dessa retransmissão, passa a incluir o Balanço Geral-TO (manhã), Balanço Geral-TO (noite) e Cidade Alerta Tocantins.

Esta síntese histórica ajuda a compreender que o programa estudado é realizado em uma emissora com curta trajetória e que, ainda hoje, batalha para se estabelecer no espaço jornalístico do estado do Tocantins. Ademais, frisa-se que o Balanço Geral-TO obedece a um modelo definido pela rede, que tem como linha editorial um jornalismo que, muitas vezes, esbarra no sensacionalismo, mas que, ao mesmo tempo, fortalece o diálogo com o telespectador e incentiva a participação dos cidadãos, que querem, cada vez mais, estar nessa rede de relações, pois “Estar incluído no universo eletrônico significa fazer parte do mundo, estar no mundo, ser esse mundo que se corporifica enquanto usuário desse mesmo ambiente [...]” (Marin, 2021, p. 7).

Este modelo de programa nasce e se fortalece a partir de um contexto histórico de incremento da ideia de cidadania, consequentemente, de jornalismo como um fornecedor de informações relevantes e aporte para a tomada de decisões em sociedade. Para Abreu (2003, p. 26), a ideia de cidadania se fortalece enquanto “constituída pelos direitos que permitem o exercício da liberdade individual. A liberdade de ir e vir, a igualdade perante a lei, a liberdade de pensamento e a liberdade de contratar e possuir propriedades seriam os direitos civis da cidadania”. Para a autora, não há como colocar a cidadania em exercício sem que o ser humano tenha acesso à informação, sendo esta

[...] um dos elementos fundamentais para que o indivíduo possa exercer plenamente os seus direitos. A imprensa é um veículo que fornece informações aos cidadãos e, simultaneamente, lhes dá a possibilidade de levar suas demandas até os responsáveis pelas decisões que afetam a vida em sociedade. A imprensa tem por função dar visibilidade à “coisa pública”, e a visibilidade é uma condição da democracia (Abreu, 2003, p. 26).

Reforça-se, aqui, o conceito de “utilidade social” do jornalismo, que deve corresponder aos interesses concretos dos cidadãos, sobretudo com relação as suas demandas por emprego, habitação, educação, segurança e qualidade de vida. Este “jornalismo cidadão” surge nos Estados Unidos, intitulado *public ou civic journalism*, e foi uma resposta à perda de leitores da imprensa escrita, que passou a ter concorrência mais enfática dos canais de televisão (Abreu, 2003). Anos mais tarde, é o telejornalismo que vai absorver essa proposta, sobretudo no Brasil. Tal caminho era previsível, visto que a televisão se tornou o veículo mais utilizado pela população, segundo a última Pesquisa Brasileira de Mídia (2016).



No Brasil, o jornalismo de “utilidade pública” se manifesta através de várias alternativas, entre elas a de prestador de serviços ao público. (...) O rádio e a televisão também abriram canais de reivindicação de acesso à justiça para as camadas da população de renda mais baixa, onde existe um maior contingente de analfabetos (Abreu, 2003, p. 31-32).

Portanto, para um programa como o Balanço Geral-TO, adoção de uma plataforma que possibilita uma aproximação com a população, otimizando o recebimento de informações e conteúdos, reafirma e fortalece o seu perfil de jornalismo cidadão e até atualiza essa configuração para as potencialidades da pós-modernidade, como será discutido mais à frente. Sendo assim, a partir desses aspectos conceituais, contextuais e de desenvolvimento histórico do programa, cuja rotina produtiva foi investigada por esta pesquisa, segue-se para o tópico que trará as apreensões alcançadas, a partir da observação participante e das entrevistas semiestruturadas com os profissionais do referido telejornal.

### 3 Metodologia e análise do estudo de caso

Com a ascensão da interatividade das tecnologias da informação, os veículos de comunicação passaram a transitar em uma via de mão dupla, levando informação para o público, ao mesmo tempo em que este público gera novos conteúdos (Camponez; Ferreira; Díaz, 2020). Sendo o jornalismo um método de interpretação do presente social (Machado, 2000), com a absorção da potencialidade permitida pela internet casada aos dispositivos móveis, sua possibilidade de formação de um conhecimento (Meditsch, 1998) e, portanto, de uma inteligência coletiva (Lévy, 2003), é amplificado. Para Lévy (2003, p. 28), o conceito se refere a “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Aqui, as competências e saberes acionados são de reconhecimento, do fato enquanto imbuído de noticiabilidade; de procedimento, de como obter as informações necessárias para elaborar a notícia; e de narração, visando formar uma narrativa noticiosa com as informações obtidas (Pena, 2012).

Para discutir as implicaturas e o modo como as ferramentas digitais são utilizadas dentro das redações e produções jornalísticas, optou-se por observar o aplicativo WhatsApp, a partir de seu acionamento nos processos de recebimento das sugestões de pautas e de materiais, divulgação e até criação das notícias. A escolha se deu a partir da percepção de que o próprio telejornalismo tem valorizado o WhatsApp, divulgando o



número do telejornal, ao longo das edições, e convidando os telespectadores a interagirem por este instrumento, o que nos faz recordar que “o telejornalismo é agora – e cada vez mais – o resultado da convergência de conteúdos produzidos por profissionais e por amadores” (Sá, 2015, p. 364). Por isso, decidiu-se fazer uma imersão no universo televisivo mais tradicional e popular, através do programa Balanço Geral-TO para compor o *corpus* desta investigação.

Por possuir um formato mais popular, a linha editorial desse telejornal foca nas notícias da região, sobretudo nos problemas comunitários, denominados como “broncas da comunidade”. Pautas e quadros voltados para o entretenimento ou humor, com forte apelo popular, são intercalados com temas das editorias de saúde, educação, esporte e lazer.

Para empreender esta pesquisa, adotou-se como procedimento metodológico de pesquisa a observação participante, ferramenta metodológica de natureza qualitativa que permite ao pesquisador absorver o contexto da observação, seu ambiente sociocultural, tendo como base os conhecimentos adquiridos e compartilhados entre os participantes do local observado. A observação participante consiste em inserir o pesquisador no ambiente natural no qual o fenômeno a ser investigado está presente (Duarte; Barros, 2010) e possui como componentes essenciais: 1) a presença constante do observador, responsável em colher os dados, no ambiente investigado, para que ele consiga “enxergar as coisas de dentro” (Duarte; Barros, 2010, p. 167); 2) o necessário compartilhamento, pelo investigador, das atividades realizadas pelo grupo observado, ou o contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sintetizado; e 3) o cuidado com o fato de que, em determinados momentos, o pesquisador acaba assumindo o papel do investigado, no intento de poder perceber de perto o sentido e motivo de suas ações realizadas.

O acompanhamento do trabalho da equipe de produção do Balanço Geral-TO foi realizado no período de 3 a 14 de outubro de 2022, de segunda à sexta-feira, já que o programa não é exibido nos finais de semana. Foram duas semanas de observação, desde as 8h, horário em que a equipe de produção inicia suas atividades, fazendo a distribuição de demandas para as equipes de reportagem, até as 13h30, no final da exibição do programa ao vivo.

Durante o período em que a observação ocorreu, houve a mudança de horário no acompanhamento, para que pudesse ser feita a investigação da equipe de produção,



também, no período da tarde. O detalhamento dos horários e datas da observação estão na tabela abaixo:

**Quadro 1-** Quadro do período da observação

Atividade de campo	Data	Horário
1º dia, segunda-feira	03/10/2022	8h às 13h30
2º dia, terça-feira	04/10/2022	8h às 13h30
3º dia, quarta-feira	05/10/2022 (feriado estadual)	8h às 13h30
4º dia, quinta-feira	06/10/2022	11h45 às 18h
5º dia, sexta-feira	07/10/2022	11h45 às 18h
6º dia, segunda-feira	10/10/2022	8h às 13h30
7º dia, terça-feira	11/10/2022	8h às 13h30
8º dia, quarta-feira	12/10/2022 (feriado nacional)	8h às 13h30
9º dia, quinta-feira	13/10/2022	11h45 às 18h
10º dia, sexta-feira	14/10/2022	8h às 13h30

Fonte: Tabela elaborada pelos autores do artigo.

Já as entrevistas semiestruturadas foram aplicadas com os profissionais que atuam diretamente na produção do programa, para que pudessem detalhar o processo de escolha e elaboração das pautas e matérias, a partir das informações que chegam na redação, inclusive por meio do WhatsApp. Segundo Duarte e Barros (2010), a utilização das entrevistas em uma pesquisa qualitativa é, normalmente, compreendida como uma conversa dirigida entre o pesquisador e o grupo pesquisado para construir um processo de interação entre os envolvidos, em um diálogo direcionado por um roteiro pré-estabelecido pelo pesquisador. As entrevistas foram realizadas ainda com um repórter, um cinegrafista, um editor de imagem e o apresentador do programa Balanço Geral-TO, totalizando nove colaboradores inquiridos.

Por ser um programa com viés popular\comunitário, a grade do telejornal Balanço Geral-TO exibe, além da programação noticiosa, os comerciais, que são pagos por empresas interessadas em divulgar seus produtos para os telespectadores da faixa socioeconômica prioritária. A estrutura do programa tem espaço para a interação entre a apresentadora e os telespectadores, que, por meio do WhatsApp, enviam mensagens, inseridas na ferramenta Whats TV e exibidas dentro do programa. Isso demonstra a importância dessa ferramenta frente as outras plataformas similares.



Alguns dos vídeos, fotos e mensagens enviados pelos telespectadores são selecionados pela coordenadora de Jornalismo da emissora para serem exibidos durante a apresentação do programa (Figura 1). Essa escolha é feita na ilha de edição, na companhia dos editores de imagem.

**Figura 1** - Texto selecionado que aparece durante o telejornal.



Fonte: Registro fotográfico feito por Hérica Rocha Borges Feitosa, durante a observação participante.

Não há um número exato de materiais selecionados para irem ao ar, pois isso depende da quantidade de VTs que serão exibidos no dia. Em algumas edições, devido à quantidade de notícias e *merchandising* que estão escalados no espelho do programa, o número de materiais acionados é reduzido.

O crédito da mensagem é sempre divulgado com o primeiro nome do telespectador que a enviou por meio do WhatsApp. Quanto aos critérios de seleção, foi identificado um grande número de mensagens com fotos pessoais dos telespectadores, como, por exemplo, registros dos familiares em passeios ou fazendo suas refeições, no momento em que o programa está sendo exibido. Esses materiais se assemelham ao colunismo social, com a diferença de que não é restrito às pessoas da elite, como ocorria com esse tradicional gênero jornalístico no Brasil.

Além das imagens enviadas, também são exibidos recados verbais, que são formatados dentro de um modelo visual predefinido pelos editores de imagens (Figura 1). A coordenadora e os editores ficam sempre atentos ao texto das mensagens, para que não sejam exibidas frases de cunho agressivo, pejorativo ou com expressões que configurem palavrões e que remetam a preconceitos. Vale ressaltar que a escolha dessas mensagens ocorre, muitas vezes, durante a própria exibição do programa.

Esta ponte mais estreita entre telejornalismo e telespectadores remete a um conceito amplamente difundido nos estudos com foco na cibercultura e no

ciberjornalismo, mais especificamente: o jornalismo participativo, que não pode ser confundido com jornalismo cidadão. O conceito é revisto por Suau e Masip (2014, p. 671), que expõem as diferenças básicas em relação ao jornalismo cidadão. Se nesse último, que tem nos blogs com produções originais a principal zona de atuação do não jornalista, o quadro de ação do jornalismo participativo é a mídia como um todo, englobando “todas as interações que um membro do público pode ter nos ambientes online fornecidos pelos meios de comunicação”. Portanto, de acordo com os autores, as participações podem ser comentários sobre a notícia, o envio de histórias ou imagens para a mídia, ou até o compartilhamento de notícias em redes sociais, usando as funcionalidades de cada site de mídia. Para Suau e Masip (2014), isso reforça ainda mais a perspectiva de que, na atualidade, o interagente comum da web não vai substituir o jornalista profissional como fonte hegemônica de informações, mas está mais ativo na interação e produção dos conteúdos, até porque os próprios jornalistas passam a acionar determinadas ferramentas que potencializam e agilizam a interação, para otimizarem o fazer diário do noticiário, como ocorre com o WhatsApp.

Voltando à rotina do programa Balanço Geral e, de forma mais geral, da TV Jovem, a emissora possui em sua estrutura de reportagem quatro repórteres e cinco repórteres cinematográficos, divididos em equipes. Estas se revezam durante todo o dia na execução das pautas organizadas pelos quatro produtores, que atuam selecionando fatos jornalísticos para os telejornais da casa. Duas equipes, compostas por um repórter e um cinegrafista cada, atuam no horário da manhã, recebendo duas pautas para serem gravadas. Ao retornar para a emissora, cada equipe de reportagem fica responsável em encaminhar o material para a ilha de edição. O cinegrafista “descarrega” as imagens, feitas durante a produção da reportagem, e o repórter segue para a ilha de gravação do off, que será utilizado na produção do VT. Após a entrega do material audiovisual, as equipes de reportagem retornam para a execução da segunda pauta marcada. Essa mesma rotina é seguida pelas duas equipes de reportagem que trabalham no período da tarde na emissora.

Cabe à produção fazer contato, normalmente via WhatsApp, confirmar o horário com os entrevistados e informá-los do deslocamento das equipes até o local onde será realizada a gravação, substituindo o antigo uso da ligação telefônica para esse fim. Isso demonstra a inserção desse aplicativo na rotina de produção, para além do contato com o telespectador. Após a saída das equipes para a primeira gravação do dia, a equipe de



produção segue sua ronda pelos sites de notícias, páginas institucionais, checagem de e-mail da produção e conferência das mensagens recebidas pelo WhatsApp. A primeira demanda do dia, dentro dessa ronda, consiste em uma varredura nas notícias que circularam nas últimas 24 horas nos principais sites de divulgação de notícias do estado e em alguns portais nacionais. O objetivo é apurar se houve, ou não, algum assunto que não tenha sido levantado pela equipe de plantão no fim de semana, e que pudesse oferecer desdobramentos passíveis de resultar na construção de alguma pauta.

Além dos sites de informação e dos institucionais, a equipe de produção também realiza outro tipo de busca, entrando em contato, por telefone, com as delegacias de polícia, a fim de obter informação sobre os boletins de ocorrência, para pautas de cunho policial. O e-mail institucional da emissora continua sendo uma fonte de busca de sugestões de pauta, uma vez que, por meio dele, os profissionais têm acesso aos *releases* produzidos por instituições estaduais, municipais e empresas privadas, que podem trazer assuntos que rendam uma pauta. Essa procura também é realizada em redes sociais, como Facebook, X e Instagram. Trata-se de um trabalho individual de cada produtor.

Como já foi destacado, a ronda, agora, também perpassa o ambiente virtual do WhatsApp, seja o dos profissionais ou o da emissora, veiculado durante o programa, repetido várias vezes nas falas da apresentadora, exibido nos intervalos comerciais e compartilhado nos perfis das redes sociais do programa.



Se nem toda sugestão enviada pelos telespectadores se transforma em uma pauta, as que são aprovadas e confirmadas ficam sinalizadas em um quadro mural (Figura 2),

**Figura 2** - Quadro mural de pautas



Fonte: Registro fotográfico feito por Hérica Rocha Borges Feitosa, durante a observação participante localizado na sala da produção de Jornalismo da emissora, para que os produtores, repórteres, cinegrafistas e apresentadores estejam cientes do que será produzido naquela semana ou dia. Quando há alguma alteração, em qualquer uma das marcações, o produtor responsável pela pauta faz as devidas alterações no quadro e orienta a equipe sobre o que mudou. Em emissoras de porte maior, isso é feito por meio de *software* desenvolvido para essa função (Easy e E-news, por exemplo).

Para que fosse possível observar o modo como o WhatsApp é utilizado na produção do Balanço Geral-TO, foi realizado o acompanhamento do trabalho de produção da equipe, para a construção de um levantamento dos materiais produzidos e apresentados durante a exibição do telejornal e que são atravessados pelo uso desse aplicativo. Buscou-se:

- a) a quantidade de notícias exibidas no telejornal Balanço Geral, durante o mês de outubro de 2022;
- b) e quantas dessas notícias exibidas teriam sido originadas de informações obtidas pelo aplicativo, como, por exemplo, fotos, áudio, vídeos, *print* de tela.

Para entender como a ferramenta se tornou aliada da produção das notícias, foi elaborada uma entrevista semiestruturada. Visando minimizar as interferências que as

entrevistas poderiam acarretar nas atividades dos colaboradores, ficou decidido que a coordenadora de Jornalismo da emissora escolheria um representante de cada setor para responder aos questionamentos. Durante as oitivas, todos os nove entrevistados afirmaram que a introdução do uso do aplicativo na produção foi eficiente e bem aceita. Alguns classificaram a inserção do WhatsApp como fundamental, classificando-o como mais um equipamento de produção e, sobretudo, evidenciando a proximidade com a comunidade, como é possível perceber no trecho abaixo:

No meu ponto de vista, como repórter, percebo que o aplicativo possui grande importância na rotina dos nossos trabalhos. Por sermos um programa de cunho comunitário, o WhatsApp nos possibilita mais proximidade com os nossos telespectadores e, ainda, com a redação de Jornalismo. A gente não se dá conta de enxergar todos os problemas. E, uma vez que alguém da comunidade entra em contato pela ferramenta, a gente fica a par da informação (entrevista concedida em outubro de 2022).

Esse mesmo entrevistado enfatiza a inserção do aplicativo nas diferentes etapas da rotina jornalística, tais como produção e reportagem:

O aplicativo WhatsApp é de extrema importância hoje, tanto pra nós da equipe de reportagem, quanto para a nossa produção. Eu não consigo mais nos ver sem essa ferramenta aqui dentro da emissora. Os nossos telespectadores têm esse aplicativo de mensagem e com isso eles têm acesso à redação. A busca por detalhes e informações da pauta ficou bem mais ágil. E em alguns casos a gente não precisa ir até o local para fazer as imagens, pois o nosso telespectador, utilizando o aplicativo, nos envia vídeos, fotos e às vezes até depoimentos de outras pessoas da comunidade e isso é fantástico (entrevista concedida em outubro de 2022).

A agilidade do fluxo de informação foi um fator apontado por outro entrevistado, para justificar a importância que o aplicativo ganhou, nos últimos tempos, dentro da redação de um veículo tradicional como a televisão:

Era assim antes do aplicativo: tem algum problema acontecendo em algum lugar da cidade? A pessoa ligava pra gente, vinha até a emissora pessoalmente, mandava recado por intermédio de algum conhecido, ou nos abordava na rua enquanto estávamos fazendo alguma outra pauta. Com o WhatsApp, a coisa mudou. Quando a gente chega na emissora, já tem várias mensagens falando que aconteceu alguma coisa em algum lugar. Mas isso não excluiu as outras formas de contato, entende? As pessoas ainda ligam, ainda se deslocam até a emissora para contar as suas histórias, mas, com o WhatsApp, esse contato ficou mais ágil (entrevista concedida em outubro de 2022).

Percebe-se, a partir desta fala, que a ferramenta foi aglutinada às práticas de apuração já existentes, sem que estas tenham sido sobrepujadas a partir da inserção do aplicativo. Nota-se, também, que o fluxo de informações sobre fatos jornalisticamente relevantes aumentou, fato evidenciado quando o entrevistado ressalta a chegada de



“várias mensagens” sobre o acontecido. Todo esse volume de sugestões de pautas, informações, imagens e áudios encaminhados pelos telespectadores, são avaliados, validados pela produção e, ao final do processo, constituem grande parte do que é produzido para o telejornal. Isso é relevante, visto que, sobretudo na pandemia de covid-19, a ferramenta foi muito acionada pelos entrevistados, que enviavam suas gravações, evitando, assim, o contato físico, abrindo um espaço ainda maior para o já existente e problemático jornalismo declaratório, já que não há confronto discursivo com a fonte.

Essa prática tem dois lados, como demarca Gonçalves (2018, p. 61):

O recebimento desses conteúdos feitos pelas próprias fontes tem sido um fator fundamental para a incidência do jornalismo declaratório. A prática de usar material pronto, enviado pela internet também acontece no jornalismo colaborativo. Mas ambos se diferenciam em vários aspectos, entre eles: na forma como o conteúdo é utilizado pelas emissoras, no trabalho do jornalista na apuração dos fatos e na quantidade de versões retratadas.

Acompanhando as produções de pautas durante todo o mês de outubro, foram obtidos dados sobre a importância do uso do aplicativo WhatsApp dentro da rotina de produção de pautas do programa. Para isso, foram avaliadas todas as pautas produzidas, finalizadas e exibidas no Balanço Geral-TO, no período de 1º a 31 de outubro de 2022.

As pautas estudadas foram sistematizadas entre as que se basearam em *releases* encaminhados para o e-mail da produção da emissora, oriundos de assessorias de comunicação de instituições federais, estaduais e municipais; as produzidas com base nas informações enviadas pela comunidade, por meio do WhatsApp; e as que foram elaboradas a partir de outras fontes de indicação, como, por exemplo, ligações por telefone fixo, pesquisas feitas pela produção em sites de notícias, sugestões feitas diretamente à equipe de reportagem durante a produção de alguma matéria, entre outras.

**Quadro 2 - Notícias que foram exibidas no programa no mês de outubro**

Relação de pautas no período de 1º a 31 de outubro de 2022	
Fontes	Quantidade
<i>Releases</i>	65
<i>WhatsApp</i>	70
Outras fontes	41
<b>Total</b>	<b>176</b>

Fonte: Elaborada pelos autores do artigo.



Nota-se, pela tabela acima, que, aproximadamente, 39,8% das matérias produzidas e exibidas no programa Balanço Geral-TO no período investigado tiveram participação direta e colaborativa dos telespectadores, que encaminharam as sugestões de pauta por meio do WhatsApp. Cabe ressaltar que esse número corresponde tanto às sugestões enviadas durante o dia de expediente, pela ferramenta, quanto às sugestões indicadas pelos telespectadores, durante a exibição do telejornal ao vivo, nas mensagens selecionadas, conforme já foi descrito. Isso reforça o que apontava Shirky (2011, p. 25): “...as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e compartilhar”. O que antes eram apenas receptores silenciosos dos conteúdos jornalísticos das grandes empresas, agora transformaram-se em produtores ruidosos, que trocam mensagens cotidianamente com os veículos e atuam ativamente no compartilhamento dessas notícias de forma que “A facilidade do processo parece ser um dos catalisadores do aumento expressivo na participação” (Figueiredo; Saudino, 2015, p. 13).

Sublinhe-se que, no período em que a observação participante foi realizada, houve dois feriados, um estadual e o outro nacional. A quantidade de matérias produzidas nesses dias foi menor que a dos demais. Em parte, isso é resultado da dificuldade de conseguir marcar as entrevistas ou pela falta de acesso aos estabelecimentos fechados por conta da ocasião. Observou-se, então, que foi justamente nesses dias que o fluxo de exibição de mensagens recebidas via WhatsApp foi maior, o que nos permite compreender que a ferramenta se torna ainda mais vital na rotina, em especial nos momentos que, historicamente, demandam muito da criatividade do jornalista que está de plantão. O uso do aplicativo se consolida como uma forma estratégica para conseguir preencher o fade do telejornal, ou seja, o tempo obrigatório de entrega do programa, conforme imposto pela emissora rede.

Outra percepção, a partir da observação participante, foi a de que a ferramenta é a primeira opção pensada pelos profissionais da produção e edição quando precisam substituir alguma pauta que não deu certo ou para preencher alguma lacuna no script do programa. Todos os jornalistas observados optaram, em um primeiro momento, por fazerem novas buscas de assuntos ou fontes no histórico de mensagens recebidas pelo WhatsApp. Durante as entrevistas, eles explicaram que isso se dá pelo receio de terem deixado algo relevante passar despercebido ou por acreditarem que um assunto que, em um primeiro momento, não tinha tanta relevância pode vir a se tornar noticiável caso seja mais explorado.



Durante a observação participante, ficou evidente também que a importância do WhatsApp na rotina do telejornal não ocorre apenas na produção de pautas no Balanço Geral-TO, mas, sobretudo, como uma forma de estabelecer um laço de proximidade entre o programa e aqueles que estão assistindo. Por meio das mensagens cujo teor é menos jornalístico, o público estabelece uma relação de afeto e confiança com o programa. O WhatsApp está diretamente relacionado ao fortalecimento de uma sensação de pertencimento do telespectador, que é explorada e incentivada na exibição do programa. Esta percepção é similar à de Angeluci, Scolari e Donato (2017), ao analisarem a apropriação do aplicativo nas redações de uma emissora de TV, um rádio e um jornal impresso.

A partir da implementação do Whatsapp no meio, notou-se presença mais marcante do público e sua busca por informação passou a ser constante, já que o ouvinte participativo tornou-se mais crítico e também responsável pela edição, afinal, passou a informar sobre fatos que ocorrem diariamente em sua vida a partir de sua perspectiva (Angeluci; Scolari; Donato, 2017, p. 205).

O diálogo estabelecido entre telespectador e o programa por meio do WhatsApp tem muitas vantagens. Em primeiro lugar, permite ao telejornal ser mais interativo, inclusivo e diverso, amplificando a voz do público e permitindo que ele participe mais diretamente do processo jornalístico, conforme identificado, inclusive, por pesquisas semelhantes a esta. Em segundo plano, para o telejornal, é vantajoso por aumentar o engajamento do público e, consequentemente, a audiência. Os telespectadores “querem se enxergar” dentro do programa, mas, também, contribuir ativamente no processo de produção das pautas.

## Considerações finais

Este artigo é uma síntese de uma pesquisa que teve como objetivo principal: estudar a influência da utilização do aplicativo de mensagens WhatsApp, dentro da rotina de produção de notícias e na construção de pautas do programa Balanço Geral-TO, produto de conteúdo jornalístico da TV Jovem, afiliada da Record TV, em Palmas, Tocantins. Para isso, acionou como procedimentos metodológicos a observação participante e a entrevista em profundidade semiestruturada.

Percebeu-se que plataformas como o WhatsApp podem ser usadas como fonte de notícias para muitas pessoas, mas ultrapassam essa possibilidade. Na contemporaneidade,



passam a figurar como mecanismos intermediadores de diálogo entre os jornalistas profissionais e a comunidade, sobretudo, em um telejornal como o Balanço Geral-TO, que tem como perfil editorial o forte apelo popular.

A velocidade de circulação da informação e das diferentes mídias, propiciadas pelo aplicativo, fez com ele se tornasse imprescindível na rotina da empresa jornalística, como foi possível identificar, a partir da observação e de diversas falas dos profissionais.

Ainda dentro da observação participante, viu-se que a utilização do WhatsApp faz com que a atuação dos telespectadores, no processo de produção, passa a ter um certo protagonismo. Esse aspecto foi evidenciado, também, durante as entrevistas. Todos os profissionais ouvidos deixaram claro que a dinâmica de interação, possibilitada pelo WhatsApp, amplia o diálogo entre redação e comunidade.

Considerando a análise quantitativa das matérias veiculadas, que tiveram como ferramenta principal de origem das informações o aplicativo, observou-se que a sua presença no processo de produção de notícias do Balanço Geral -TO trouxe novas formas de apuração de informações, mais agilidade e novos quadros para compor o *script* do telejornal (como o de fotos dos próprios telespectadores em situações do cotidiano).

Ressalta-se que é de amplo conhecimento a existência de espaços de interação históricos dos telespectadores com os telejornais, seja pelas cartas ou ligações telefônicas, porém o WhatsApp potencializa a velocidade do fluxo de informações, bem como permite a circulação de conteúdo nas mais diferentes mídias (áudio, texto e vídeo, por exemplo), em tempo real, entre os telespectadores e os jornalistas.

Por fim, demarca-se que este estudo não tem a pretensão de esgotar a discussão acerca do tema, mas apontar para reflexões, sobretudo, no âmbito das mídias regionais e mais populares. Espera-se, assim, contribuir para futuros estudos que foquem na importância de ferramentas, como o WhatsApp ou outras similares, na rotina de produção jornalística, particularmente por serem instrumentos em constante atualização de funcionalidades, o que pode em um futuro próximo inserir novas estratégias de uso e alterações na produção jornalística, que ainda nos são imponderáveis.

## **Referências:**

ABREU, Alzira Alves de. Jornalismo cidadão. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 3, p. 25-40, 2003.



ANGELUCI, Alan César Belo; SCOLARI, Gabriela; Donato, Rita. O WhatsApp como actante: o impacto do aplicativo interativo em redações jornalísticas. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 19, n. 24, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/3778>. Acesso em 4 abr. 2025.

BERNARDI, Amarildo J. Informação, Comunicação, Conhecimento: Evolução e Perspectivas. **Revista TransInformação**, v. 19, n. 1, jan./abr., 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/QvC3jMDTJmDzkBnm9zCBkBg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 4 abr. 2025.

CAMPONEZ, Carlos; FERREIRA, Gil Baptista; DÍAZ, Raquel R. **Estudos do agendamento: Teoria, desenvolvimentos e desafios – 50 anos depois**. Labcom, Covilhã, 2020.

CARDOSO, G. **A sociedade dos ecrãs**. Lisboa: Tinta da China, 2013.

CHROCK, Andrew Richard. The Emergence of Mobile Social Network Platforms on the Mobile Internet. In: ROSEN, Larry D.; CHEEVER, Nancy; CARRIER, L. Mark. **The Wiley handbook of Psychology, technology, and society**. United Kingdom: Willey Blackwell, 2015.

DUARTE, José; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

EMERIM, Cárlida; FINGER, Cristiane; CAVENAGHI, Beatriz. Metodologias de Pesquisa em Telejornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO. 13., 2015. **Anais** [...]. Campo Grande: SBPJor, 2015.

FIGUEIREDO, Pedro de; SAUDINO, Fernanda. Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as Teorias do Jornalismo na Era Digital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 38., 2015. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, 2015.

FIRMINO, F. **Jornalismo Móvel**. Salvador: Coleção Cibercultura/Lab404, 2013.

GONÇALVES, Eveline Regina. **Telejornalismo na cibercultura: a incidência do jornalismo declaratório nas TVs de Campina Grande e sua operacionalidade através do WhatsApp**. Dissertação (mestrado) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

LEMOS, André. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 38., 2005. **Anais Eletrônicos** [...]. Rio de Janeiro: Uerj, p. 1-17, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.



LEMOS, André. Ciber-Cultura-Remix. In: SEMINÁRIO “SENTIDOS E PROCESSOS”, São Paulo, Itaú-Cultural, 2005. Anais Eletrônicos [...]. 2025. Disponível em: <http://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 30 maio 2023.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** S/A. Disponível em: <https://bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2023.

MACHADO, Elias. Os novos conceitos de edição no jornalismo digital. **Comunicação e Sociedade.** Braga: Universidade do Minho, v.14, n. 1-2, p. 357-373, 2000.

MATA, Jhonatan; MASIP, Pere. Jornalismo participativo e audiências ativas: uma análise dos espaços de participação nos websites de noticiários televisivos da Espanha e do Brasil. **Tripodos Comunication**, n. 42, 2018. Disponível em: <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/360626>. Acesso em: 12 mar. de 2023.

MARIN, Davi Junqueira. Usuário, o quinto poder. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIEDADE. 2021. Anais Eletrônicos [...]. Disponível em:  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/75831361/RESUMO\\_EXPANDIDO\\_REVISAD\\_O\\_PARA\\_OS\\_ANAIS\\_usuario\\_o\\_quinto\\_poder\\_ESOCITE\\_2021-libre.pdf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/75831361/RESUMO_EXPANDIDO_REVISAD_O_PARA_OS_ANAIS_usuario_o_quinto_poder_ESOCITE_2021-libre.pdf). Acesso em: 31 mai. de 2023.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo como forma de conhecimento. In: **Revista Brasileira de Ciência da Comunicação**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 25-38, 1998.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

OLSON, Parmy. Facebook fecha acordo de US\$ 19 bilhões com o WhatsApp. Forbes. 06 de outubro de 2014. Disponível em:  
<https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/10/06/facebook-closes-19-billion-whatsapp-deal/>. Acesso em: 14 abr. de 2025.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo.** 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Contexto, 2012.

RECUERO, Raquel. **A Internet e a nova revolução na comunicação mundial. Ensaio de artigo.** 2000. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>. Acesso em: 10 mar. 2023.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.



---

<sup>i</sup> Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins.

<sup>ii</sup> Doutora em Jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); mestre em Ciências Sociais, pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e bacharel em Comunicação Social - Hab. Jornalismo, também pela UFMA. É professora do curso de Jornalismo e do Programa de Comunicação e Sociedade (PPGCOM), da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Líder do Grupo de Pesquisa Aplicada em Jornalismo (PAJor).

<sup>iii</sup> Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFPE), mestre em Letras - Teoria da Literatura (UFPE) e doutor em Ciências da Comunicação (UBI - Portugal). Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. Líder do Coletivo de Estudos das Diversidades Audiovisuais - OUTROCAMPO (UFT/CNPq).

