

MAPA DA MÍDIA DO TOCANTINS: PROCESSOS E PERSPECTIVAS



Organizadoras

Marina Parreira Barros Bitar

Liana Vidigal Rocha

Edna de Mello Silva



**EDITORA
UNITINS**

[illegible]

Marina Parreira Barros Bitar
Liana Vidigal Rocha
Edna de Mello Silva



Conselho Editorial

Alessandra Ruita Santos Czapski

<http://lattes.cnpq.br/1441323064488073>

Dennis Gonçalves Novais

<http://lattes.cnpq.br/7678636834544607>

Jeferson Moraes da Costa

<http://lattes.cnpq.br/8929854109676237>

Leandra Cristina Cavina Piovesan Soares

<http://lattes.cnpq.br/0505525976660596>

Lilian Natália Ferreira de Lima

<http://lattes.cnpq.br/6290282911607995>

Marianny Almeida Montino

<http://lattes.cnpq.br/3117524559575296>

Nicolle de Carvalho Ribeiro

<http://lattes.cnpq.br/2269861871015693>

Darlene Teixeira Castro

<http://lattes.cnpq.br/8766578585291045>

Kyldes Batista Vicente

<http://lattes.cnpq.br/1249709305972671>

Jéssica Painkow Rosa Cavalcante

<http://lattes.cnpq.br/4024280261959707>

Leda Verônica Benevides Dantas Silva

<http://lattes.cnpq.br/9189485400834209>

Lunalva Aurélio Pedroso Sallet

<http://lattes.cnpq.br/8744928016577459>

Michele Ribeiro Ramos

<http://lattes.cnpq.br/1032124853688980>

Rubens Martins da Silva

<http://lattes.cnpq.br/9384336574949691>

Vinícius Pinheiro Marques

<http://lattes.cnpq.br/7300803447800440>

-
- M297 Mapa da mídia do Tocantins: processos e perspectivas (livro eletrônico)/ Organizado por:
Marina Parreira Barros Bitar; Liana Vidigal Rocha; Edna de Melo Silva
Palmas TO: Unitins, 2025.
95p.; color.
11,6 Mb; ePUB
ISBN 978-85-5554-144-5
DOI 10.36725/ 978-85-5554-144-5
1 Mídia. 2 Comunicação. 3 Tocantins. I. Bitar, Marina Parreira Barros.

CDD 384.5

Reitor

Augusto de Rezende Campos

Vice-Reitora

Darlene Teixeira Castro

Pró-Reitora de Graduação

Alessandra Ruita Santos Czapski

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Ana Flávia Gouveia de Faria

Pró-Reitora de Extensão, Cultura e Assuntos Comunitários

Kyldes Batista Vicente

Pró-Reitor de Administração e Finanças

Ricardo de Oliveira Carvalho

Equipe Editorial

Editora-chefe

Liliane Scarpin S. Storniolo

Capa e Projeto Gráfico

Leandro Dias de Oliveira

Diagramação

Joelma Feitosa Modesto

Leandro Dias de Oliveira

Apoio Técnico

Leonardo Lamim Furtado

Revisão

Edna de Mello Silva

Flávia dos Passos Rodrigues Hawat

Lilian Mara Nogueira Dias

Marina Ruskaia Ferreira Bucar

Rubens Martins da Silva

Contato

Editora Unitins

(63) 3901-4176

108 Sul, Alameda 11, Lote 03

CEP.: 77.020-122 - Palmas - Tocantins

SUMÁRIO

Apresentação	6
---------------------------	----------

CAPÍTULO I

Mapeamento da mídia no Tocantins: o início do projeto e seus desdobramentos	9
--	----------

Liana Vidigal Rocha e Yago Modesto Alves

CAPÍTULO 2

Televisão no Tocantins: integração regional e desenvolvimento comunicacional	20
---	-----------

Edna de Mello Silva, Adriano Nogueira da Fonseca e Kauê Barbosa Nogueira de Souza Guerra

CAPÍTULO 3

Do passado à atualidade: a trajetória dos jornais impressos no Tocantins	32
---	-----------

Fernanda Alves de Mendonça e Talita Melz

CAPÍTULO 4

Rádios no Tocantins: diversidade e alcance regional	48
--	-----------

Valmir Teixeira de Araújo, Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro e José Uendel Souza da Costa

CAPÍTULO 5

Webjornalismo na região central do Tocantins: dinâmicas e características	60
--	-----------

Marina Parreira Barros Bitar e Joice Danielle Nascimento Pereira

CAPÍTULO 6

Webjornalismo de norte a sul: a produção de notícias locais no Tocantins	75
---	-----------

Alan Milhomem da Silva e Ana Luiza da Silva Dias

Sobre as autoras e autores	91
---	-----------

Apresentação

Por Sérgio Ricardo Soares

Parece natural, toda vez que ouvimos falar em fazer ou pensar uma geografia, que se remeta a algum estudo territorial, físico, digamos. É claro que esta dimensão também está envolvida. Também. Daí a necessidade de uma Geografia de base humanística, que nos lembre que um lugar se define como aquele território físico marcado pela presença humana. Lugar é um chão no qual habitam, transitam, imaginam as pessoas. Lugar nunca é estéril de gente.

Tomando a Comunicação como uma das formas mais poderosas de presença humana, trabalhar com uma Geografia da Comunicação envolve reconhecer um lugar como espaço de cultura e de mídia. A responsabilidade que nasce desta tarefa é das mais nobres: colocar o lugar no mapa, que é a plataforma de aceitação geográfica nas ciências. E que não se engane: é tarefa múltipla. Não passa só por ver como os veículos ocuparam e seguem ocupando o espaço. Nem é só identificar e descrever o olhar com o qual eles retratam esse espaço. É também entender que novos lugares se criam dentro da própria mídia. Ela entrega um novo imaginário para o público – ou antes, ambos, mídias e público, negociam inéditas imaginações.

Este desafio foi ao que se propôs o Mapa da Mídia do Tocantins, projeto do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor), da Universidade Federal do Tocantins, e que encontra nesta edição uma espécie de memorial da sua ação e dos seus resultados. O projeto se iniciou em 2015, estimulado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da UFT, e teve o objetivo de realizar um catálogo sistematizado dos veículos de comunicação de todo o Tocantins. Os dados recolhidos precisariam ser disponibilizados em uma plataforma acessível a todo o público que necessitasse usar esta base para outros estudos. Justamente por isto, uma urgência, nestes anos de Mapa, foi a atualização de informações, ainda mais por tratar-se de um estado com bastante inconstância no estabelecimento de jornais, rádios, TVs, sites, etc.

Para compreender o histórico e os desafios do Mapa, Liana Vidigal Rocha, líder do Nepjor, e Yago Modesto Alves comparecem com o capítulo “Mapeamento da mídia no Tocantins: o início do projeto e seus desdobramentos”. O texto se debruça sobre uma reflexão acerca da novidade do estado, estabelecido em 1988, e, por conseguinte, a emergência de uma imagem cultural, pois desta identidade depende muito do estabelecimento de um novo lugar. O jornalismo é aqui colocado como um destes elementos de construção da identidade. Neste sentido, os autores não se limitam apenas aos conteúdos que as mídias locais possam comunicar, mas a entender os agentes por trás destes conteúdos e sua distribuição no estado. Catalogar dados requer uma reflexão sobre os fatores econômicos, políticos e tecnológicos que influem nesse mapa midiático: quem detém a produção de informação? Quem concentra empresas? Qual o papel do financiamento estatal ou do capital privado? Que razões privilegiam ou apagam certas regiões? Como a história midiática recente se reflete no crescimento ou derrocada de certas mídias? O capítulo ainda anuncia uma peleja constante no projeto: a colaboração nas informações, visto que muitos veículos são tratados com desleixo e não possuem proprietários preocupados com a precisão de

dados e com o diálogo com a pesquisa. Muitas mídias são ferramentas imediatistas e práticas, despreocupadas com uma continuidade e, menos ainda, com uma História da Comunicação Local.

Após esta introdução ao Mapa da Mídia, o livro se organiza numa setorização dos veículos. O capítulo de Edna de Mello Silva, Adriano Nogueira da Fonseca e Kauê Barbosa Nogueira de Souza Guerra, intitulado “Televisão no Tocantins: integração regional e desenvolvimento comunicacional”, dedica-se a compreender o desenvolvimento deste importante setor comunicacional no estado, buscando suas raízes desde a chegada da televisão no Brasil, nos anos 1950.

A descrição desta trajetória se faz importante para realçar uma leitura política e econômica desta história nacional, até se entrelaçar com os processos também políticos e econômicos (e, portanto, geográficos) do Tocantins, onde a televisão chega em 1976, bem antes da emancipação do norte goiano. O texto surpreende ao revelar, através dos dados recolhidos pelo Mapa, a existência de pequenas emissoras em cidades menores, como Colinas, Paraíso e Guaraí, ainda que sempre afiliadas de grandes redes nacionais e marcadas por uma descontinuidade gerada, quase sempre, por problemas financeiros e legais.

Se a televisão conta com longo histórico no Brasil e localmente, a linha do tempo ainda mais extensa coube a Fernanda Alves de Mendonça e Talita Melz, responsáveis por “Do passado à atualidade: a trajetória dos jornais impressos no Tocantins”. A discussão sobre o impresso como veículo noticioso leva ao ano de 1891, que as autoras mencionam como marco do primeiro jornal da região que viria a ser estado, muito antes do surgimento do mais importante jornal local, o Jornal do Tocantins, que nasce em 1979. Porém, o texto é também relato de uma crise. Após retratar os períodos de expansão das mídias impressas, ele chega a 2024 com apenas 4 títulos em circulação. É o instantâneo de uma realidade de enxugamento – de páginas e de equipe – e até a sobrevivência de veículos através da distribuição de brindes. Falar desta crise envolve, como fazem as autoras, debater o suporte midiático físico, a dinâmica da cultura das telas e a mudança dos modelos de negócio.

Também clássico na História das Mídias, mas talvez com destino menos crítico, o rádio é assunto de Valmir Teixeira de Araújo, Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro e José Uendel Souza da Costa, em “Rádios no Tocantins: diversidade e alcance regional”. Os três lembram a tradicional penetrabilidade desse meio, que alcança como poucos a maior parte do território estadual, apesar da irregularidade de sua ocupação humana. Com isto, muitas vezes atua como principal fonte de informação externa, sendo o contrapeso em lugares onde a internet não chega. O texto ainda se dedica a uma reflexão sobre o papel de diferentes modalidades, especificando as rádios comerciais, de um lado, e as comunitárias e educativas de outro, bem como aponta para um cenário em que, se as rádios, no seu conceito convencional, se retraem, há uma expansão contemporânea de webrádios.

O Mapa se demonstra história do passado, mas também história viva, captando o que transcorre na atualidade desta pesquisa. Por isso, há uma especial atenção para as transformações comunicacionais que a internet trouxe para o estado. Em “Webjornalismo na região central do Tocantins: dinâmicas e características”, Joice Danielle Nascimento Pereira e Marina Parreira Barros Bitar apontam para a década de 1990 como momento em que o webjornalismo emergiu no Tocantins, impulsionado pela expansão da

internet comercial no Brasil. Um marco lembrado pelas autoras é a versão online do jornal A Voz do Bico, em 1995, criado na cidade de Augustinópolis, no extremo norte do estado. No entanto, o foco do texto recai, como o próprio título informa, na região do centro tocaninense, onde estão importantes cidades, a começar pela capital Palmas, portanto um ambiente de efervescência de pautas.

A partir desse ponto, consegue levantar discussões sobre como, apesar da origem local dos veículos, seus conteúdos não se fixam apenas em um conteúdo noticioso circunscrito a este local, mas repercutem um olhar sobre o nacional. Além disso, o tema possibilita, com essa emergência dos veículos online, compreender que a internet incorporou veículos tradicionais, mas também abriu espaço para iniciativas sem poder econômico tão decisivo, predispondo uma cena mais independente.

Enfim, Alan Milhomem da Silva e Ana Luiza da Silva Dias retomam a questão dos veículos online, mas agora sediados em regiões distantes do centro do poder político estadual. Em “Webjornalismo de norte a sul: a produção de notícias locais no Tocantins”, os autores identificam um investimento no hiperlocalismo por parte dos comunicadores de longe de Palmas. A política e a economia locais são as principais pautas. Mas a natureza jornalística não é igual nos dois extremos geográficos. O norte revela um emaranhamento na relação muito próxima e nas trocas culturais com os estados vizinhos, Maranhão e Pará. Estamos no Bico do Papagaio, região com diversas cidades de porte considerável que funcionam como polos locais. Já o sul, ainda que a relação com Goiás e Bahia também persista, tem uma concentração midiática maior, neste caso em Gurupi, de longe a cidade mais relevante. De uma forma geral, os autores concluem por uma marca na carência de profissionalismo na produção de conteúdos e também na interação com o público como um desafio para esses meios.

Como se vê, estes quadros, quase sempre de caráter descritivo, registram números, títulos, marcos, pessoas que participaram e participam da vida midiática do Tocantins. Porém, são descrições que não conseguem e nem poderiam se desvencilhar das condições sociais e políticas diversas do estado. Assim, temos escritos que vão bem além de arquivos de dados, mas considerações sobre a invenção cultural tocaninense. Neste sentido, guardadas as peculiaridades locais, fica o convite a quem estiver lendo esta obra, de, da mesma forma, se dispor a uma história midiática do seu lugar, que pode começar pelo ofício de gerar seus próprios mapas, afetivos ou científicos.

Mapeamento da mídia no Tocantins: o início do projeto e seus desdobramentos

Liana Vidigal Rocha
Yago Modesto Alves

Introdução

O estudo sobre a mídia regional tem se tornado cada vez mais relevante diante das transformações tecnológicas e das mudanças nos hábitos de consumo de informação. Esse tipo de mídia, frequentemente negligenciado em estudos nacionais, desempenha um papel fundamental na construção da identidade e na disseminação da cultura local, fornecendo notícias e conteúdo que atendem às necessidades específicas de suas comunidades. No contexto do Tocantins, um estado jovem e em desenvolvimento, o mapeamento dos veículos de comunicação surge como uma ferramenta essencial para compreender as dinâmicas locais e as especificidades desse setor.

O presente capítulo apresenta o projeto de mapeamento da mídia no Tocantins, realizado pelo Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (Nepjor) da Universidade Federal do Tocantins. O projeto foi iniciado em 2015, com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), visando catalogar e sistematizar informações sobre os veículos de comunicação do estado, desde emissoras de rádio e televisão até portais de notícias e blogs. A necessidade de uma pesquisa detalhada nesse contexto é justificada pela carência de dados atualizados e pela ausência de um panorama consolidado da mídia regional no Tocantins. O cenário tocantinense, composto por diversos veículos, apresenta características próprias que merecem atenção acadêmica, evidenciando a importância de um mapeamento para o entendimento da comunicação local.

A pesquisa busca explorar a relação entre mídia, comunicação e espaço geográfico, incluindo, além do mapeamento dos veículos, a criação de um banco de dados on-line, permitindo que os resultados da investigação fossem acessíveis a outros pesquisadores e ao público. Esse esforço visa não apenas preencher lacunas informacionais, mas também proporcionar um entendimento mais profundo sobre o papel da mídia no desenvolvimento regional.

Neste trabalho, são apresentados os principais achados da pesquisa ao longo dos anos de 2016 a 2020, com foco nas características dos veículos de comunicação do Tocantins, suas distribuições geográficas e as implicações desse mapeamento para a compreensão da mídia regional. Por meio da análise dos dados coletados, foi possível traçar um panorama da mídia tocantinense e suas perspectivas futuras em um cenário cada vez mais digital.

Sobre o projeto

A primeira ideia para fazer o mapeamento da mídia no Tocantins surgiu por volta de 2013. Naquela época, começaram a ser organizadas as primeiras informações sobre os veículos jornalísticos presentes no estado. Tratava-se mais de uma curiosidade sobre o assunto do que propriamente uma concepção para elaborar um projeto de pesquisa.

Contudo, a inspiração para desenvolver a investigação veio durante a participação no congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), mais especificamente no grupo de pesquisa Geografias da Comunicação. Conforme a ementa, o grupo é “um espaço de interlocução que viabiliza e estimula a produção científica interdisciplinar no eixo geografia-comunicação-mídia, articulando pesquisadores de várias regiões do Brasil e do exterior” (Intercom, 2024).

Em 2015, a professora Liana Vidigal Rocha redigiu o projeto “A mídia regional na era online: estudo e mapeamento dos veículos de comunicação no estado do Tocantins”, cujo objetivo era identificar, mapear e catalogar os veículos de comunicação existentes no Estado do Tocantins, apresentando elementos que contribuíssem para o melhor entendimento da mídia regional.

A proposta de pesquisa incluía ainda a criação de um banco de dados composto pelas informações coletadas ao longo do trabalho referentes aos veículos tocantinenses, que seriam organizados e publicados em um blog. A intenção era disponibilizar tais conteúdos para que fossem utilizados como referência em investigações futuras. A justificativa para o desenvolvimento do projeto se baseava no fato de que era necessário investigar os veículos de comunicação atuantes no Tocantins, uma vez que:

A região frequentemente é apontada como um local que ainda não se consolidou como produtor de informação e cultura em virtude da ausência de uma identidade própria. Para tanto, será necessário identificar, mapear e apresentar elementos que contribuam para o melhor entendimento da mídia regional, respeitando a diversidade cultural que compõe o Estado (Rocha, 2015).

O projeto trazia também alguns dados obtidos junto a órgãos oficiais, como o Ministério das Comunicações. Por exemplo, em 2007, a pasta do governo federal mostrava que o estado do Tocantins era uma região em desenvolvimento, por haver sido criado na Constituição de 1988, ou seja, há menos de 20 anos. Na ocasião, os números apontavam para essa construção.

Para se ter uma noção, o estado possuía 111 emissoras comerciais (entre rádio e televisão), sendo 67 registradas como rádios comunitárias, duas rádios educativas (localizadas em Palmas e Araguaína) e apenas uma televisão educativa, no caso, a TVE- TO, que funcionava na capital.

Em 2014, o Tocantins possuía 45 rádios FM, 20 rádios AM (sendo 19 em Ondas Médias e apenas 01 em Ondas Tropicais), 85 rádios comunitárias, 05 emissoras de televisão (geradoras) e 165 retransmissoras de televisão (comercial + União + RTV com geradora educativa). Já os dados sobre jornais impressos são imprecisos, pois esse tipo de veículo costuma surgir, desaparecer e ressurgir conforme os governos que são eleitos (Souza; Rocha, 2016, p. 6).

O veículo impresso de maior circulação era o Jornal do Tocantins, que foi descontinuado em dezembro de 2018, mantendo apenas a sua versão na internet. Inclusive, esse segmento era o que mostra-

va maior crescimento. Em uma pré-observação, foram anotadas informações sobre os principais portais de notícias da época, que estavam ganhando a atenção dos leitores, sobretudo, explorando assuntos de cunho político. Eram eles: T1 Notícias, Portal CT, Surgiu, Conexão Tocantins, Atitude, Gurupi Online e portal O Norte.

Portanto, a elaboração e o desenvolvimento do projeto auxiliariam na compreensão do papel desses veículos em cada microrregião do estado, além de identificar suas representações em relação à identidade cultural. Assim, na proposta, foram destacadas as relevâncias.

[...] a pesquisa possui uma relevância social na medida em que propõe fórmulas que podem contribuir para o levantamento de informações ainda não sistematizadas sobre a mídia regional. Outro fator de igual importância, diz respeito à relevância científica, pois o trabalho pretende descobrir situações novas que ainda não foram registradas, como é o caso de veículos específicos para o meio online localizados no interior do Estado (Rocha, 2015).

Visando auxiliar na coleta, sistematização e interpretação dos dados, o projeto original foi submetido ao Edital Nº 11/2015, publicado pela Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação (Propesq) da Universidade Federal do Tocantins, em março de 2015, referente ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic).

A inscrição exigia, além do projeto de pesquisa elaborado pelo professor orientador, que o aluno bolsista desenvolvesse também um plano de trabalho individualizado. Para tal tarefa, foi selecionada a discente do curso de Jornalismo da UFT, Sarah Melisa Barros de Souza. Outra exigência do edital era que esse plano de trabalho tivesse um título diferente do projeto, mas, ao mesmo tempo, referente ao conteúdo principal.

Desta forma, foi organizado o plano intitulado de: “Estudo e mapeamento da mídia no Estado do Tocantins”, cujos objetivos estavam relacionados com o projeto principal. Entre as atividades que a discente deveria cumprir, destacamos três principais, sendo elas: i) auxiliar na etapa da pesquisa referente à leitura de material e coleta de dados; ii) participar da análise do material coletado e na consequente criação do blog; iii) ajudar na elaboração de artigos científicos, bem como participar da apresentação do material em congressos científicos.

Em julho de 2015, o resultado foi publicado pela Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT, no edital Nº 27/2015, tendo o plano de trabalho sido aprovado para ser contemplado com a bolsa do CNPq. Deste modo, a discente iniciou os trabalhos referentes ao projeto em agosto do mesmo ano, a fim de cumprir com o cronograma de atividades proposto no planejamento da pesquisa.

É necessário destacar que o projeto apresentou três etapas de trabalho distintas. Na primeira fase, foram feitas a identificação e a catalogação dos veículos. De agosto a dezembro de 2015, foram coletados os dados referentes à televisão e à internet. Já de janeiro a maio de 2016, foram selecionadas informações sobre rádio e jornal impresso. Sites de busca, guias de mídia e redes sociais (Facebook e Twitter) foram consultados como uma maneira de iniciar a investigação. Além disso, foram consultados bancos de dados de assessorias de comunicação e imprensa do Tocantins e novamente os órgãos oficiais.

A segunda etapa da pesquisa foi dedicada ao mapeamento dos veículos. O primeiro passo foi criar um blog para disponibilizar essas informações que ainda não estavam sistematizadas no formato de banco de dados. O intuito era justamente oferecer aos profissionais da área, aos estudantes e pesquisadores a oportunidade de consultar a qualquer momento os principais dados sobre os veículos. Além disso, o blog poderia ser atualizado conforme novos veículos fossem surgindo.

A terceira e última etapa do projeto consistia em desenvolver os relatórios parcial e final do plano de estudo individualizado do Pibic/UFT e artigos científicos sobre o assunto. Esses artigos foram apresentados principalmente em congressos da área de comunicação. O primeiro material construído a partir da pesquisa foi intitulado de “Mídia regional: mapeamento dos veículos de comunicação no Estado do Tocantins”, de autoria de Sarah Melisa Barros de Souza e Liana Vidigal Rocha. O material foi exposto no 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em São Paulo, no ano de 2016, e publicado nos anais do evento (Souza; Rocha, 2016).

Destacamos também que o relatório final do Plano de Trabalho do Aluno foi apresentado no III Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura, promovido pela UFT, entre os dias 24 e 26 de outubro de 2016. A apresentação oral, proferida pela discente Sarah Souza, foi premiada com o terceiro lugar na categoria Ciências Humanas, Sociais Aplicadas e Letras 1.

Após essa breve contextualização sobre o surgimento da ideia do mapeamento e o seu consequente desenvolvimento, no próximo item, são apresentados os principais dados obtidos nessa primeira observação da pesquisa.

Os primeiros levantamentos

Conforme explicado anteriormente, após a elaboração do projeto, foi necessário colocar em prática as técnicas de pesquisa para executar o mapeamento da mídia no Tocantins. Contudo, é necessário reforçar que, além da produção dos relatórios e da criação do blog com o material coletado, tivemos que apresentar os dados em eventos científicos. Na ocasião, foram identificados 199 veículos no estado, entre jornais impressos, emissoras de rádio e televisão e sites jornalísticos. O artigo destacava que o Tocantins apresentava um “mercado midiático peculiar”, sobretudo pelo fato de que os principais veículos eram “geridos por poucos grupos” e o setor privado ser “dependente do dinheiro estatal” (Souza; Rocha, 2016, p. 1).

Por outro lado, a pesquisa destaca que esse cenário estava sofrendo alterações, uma vez que, com o estabelecimento de novas tecnologias, principalmente no que diz respeito à internet, estava ocorrendo um significativo aumento na oferta de veículos de comunicação cujo objetivo era explorar conteúdo jornalístico. Isto é, a investigação observou que estava havendo uma valorização da informação de proximidade e, conseqüentemente, do jornalismo regional, mesmo que o material fosse proveniente de assessorias de comunicação ligadas ao poder público.

As pesquisadoras perceberam também que “veículos sem poder econômico para investir em meios de produção mais caros, como televisão e jornal impresso”, encontraram “refúgio em sites, blogs e pági-

nas de redes sociais” (Souza; Rocha, 2016, p. 6), sobretudo, em virtude do custo mais baixo de produção e o acesso mais facilitado da tecnologia. Sem falar que o consumo de internet e mídias móveis estava aumentando consideravelmente, modificando a forma de distribuição da informação e seu consumo.

O artigo destacou ainda a importância da leitura de material bibliográfico sobre mídia regional, tecnologia e mapeamento, que serviu de arcabouço teórico para compreender as principais características do segmento no estado. Autores como Peruzzo (2005), Camponez (2012), Rocha, Soares e Araújo (2014) foram fundamentais na primeira etapa da pesquisa e no desenvolvimento da fundamentação. Já para a criação do blog, Orduña (2007) e o Portal de Mídia (da UFMS) serviram como inspiração. Lamentavelmente, o site da universidade sul-mato-grossense não está mais disponível para consulta.

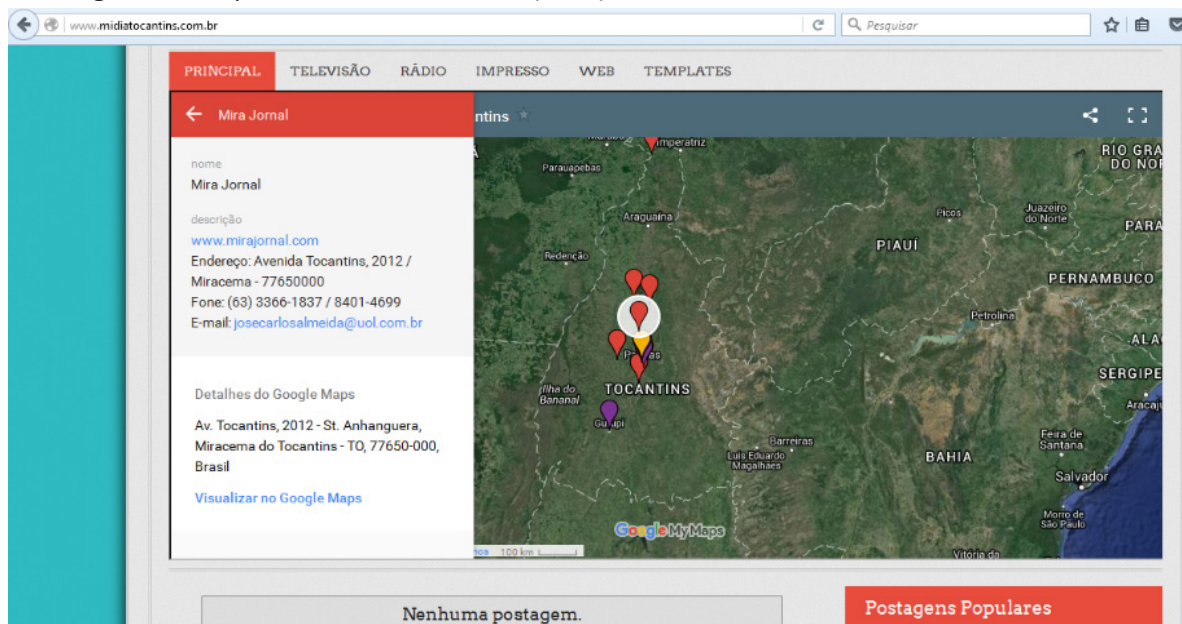
No que se refere à organização do material coletado, os veículos foram divididos em duas categorias: a) principal (tipo de mídia) e b) secundária (pelos municípios). A saber:

Vale ressaltar que foram desconsiderados os blogs, por nem sempre apresentarem características jornalísticas ou serem voltados para o assunto Comunicação, e as revistas, nesse caso, devido ao fato de não apresentarem uma regularidade na periodicidade. Já a categoria secundária é referente aos 139 municípios que compõem o estado tocan-tinense (Souza; Rocha, 2016, p. 7).

Para compor o mapeamento, foram solicitadas aos veículos as seguintes informações: nome, contato, endereço e responsável. Primeiro, as informações foram coletadas direto da internet, de anuários, artigos e profissionais da área. Em seguida, foi feito o contato via e-mail e telefone a fim de confirmar os dados obtidos. Essa foi a etapa mais crítica da pesquisa, pois os responsáveis pelos veículos ora demoravam em responder às nossas perguntas, ora ignoravam a solicitação. Porém, mesmo passando por essas dificuldades, foi possível identificar a presença de 85 sites, 49 jornais impressos, 16 emissoras de televisão e 49 rádios no Tocantins.

Foi iniciada, então, a etapa da criação do blog que recebeu o nome de Mapa da Mídia no Tocantins, cujo domínio foi adquirido pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia e registrado como www.midiatocantins.com.br¹. Destacamos que foi necessário utilizar o *Google Maps*, pois a ferramenta é gratuita e apresenta baixa complexidade de construção cartográfica (ver figura 01).

Figura 01. Mapa da Mídia do Tocantins (2016)



Fonte: Nepjor (2016).

Para finalizar, o artigo apresentou duas situações: “a escassez de dados a respeito dos veículos de comunicação no Tocantins e a dificuldade em obter informações simples como endereço do veículo, telefone e nome do responsável” (Souza; Rocha, 2016, p. 14). A investigação mostrou que boa parte das informações disponíveis em perfis de redes sociais, *mailing list* de assessorias e anuários também estava defasada, apontando para uma precarização das informações sobre a mídia tocantinense e a falta de interesses dos veículos em atualizar seus dados em uma época de fortalecimento da cultura digital.

Esse cenário deixou mais evidente a necessidade e a relevância de um mapeamento de mídia regional, uma vez que “ignorar a presença desses veículos” significava “abrir mão do potencial de produção informacional” que poderia ser desenvolvido no estado (Souza; Rocha, 2016). Assim, com o blog disponibilizado no ciberespaço, era chegada a hora de apostar em outros desdobramentos da pesquisa, a fim de compreender o fenômeno.

Em 2017, o artigo A mídia regional na era on-line: mapeamento dos sites e blogs jornalísticos no Estado do Tocantins foi aprovado e publicado nos anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Curitiba, pela Intercom (Rocha, 2017). O trabalho foi escrito pela professora Liana Vidigal Rocha e trazia, em sua essência, os sites e blogs jornalísticos identificados e mapeados no projeto original já explicado aqui.

A investigação, de natureza descritiva, apresentou mais alguns resultados, mostrando inclusive a “distribuição desigual dos veículos on-line ao longo das microrregiões que compõem o Estado tocantinense, além de uma carência de produtos que invistam na informação de proximidade” (Rocha, 2017, p. 1). Conforme a pesquisadora:

Veículos de comunicação que demandam maior investimento, como jornais impressos, revistas e emissoras de televisão, costumam ter sua existência abreviada em virtude do alto custo de manutenção. Por outro lado, sites, blogs e canais de

mídias sociais apresentam um custo-benefício mais atrativo e têm se tornado cada vez mais numerosos na rede, sobretudo, em âmbito regional (Rocha, 2017, p. 2).

Um dos principais elementos desse artigo científico está concentrado na apresentação de um mapa composto pelas microrregiões existentes no estado do Tocantins. A imagem foi obtida junto à Secretaria de Planejamento do governo do estado (Seplan) e mostra a divisão das oito microrregiões. São elas: Araguaína; Bico do Papagaio; Dianópolis; Gurupi; Jalapão; Miracema; Porto Nacional e Rio Formoso. O Tocantins possui 139 municípios e foram identificados 83 sites e blogs jornalísticos entre os anos de 2016 e 2017 (ver Quadro 1).

Quadro 01. Número de municípios com veículos on-line por microrregião

Microrregião	Número de Municípios	Municípios com sites/blogs jornalísticos	Número de sites/blogs jornalísticos	Porcentagem
Araguaína	17	02	10	12,04%
Bico do Papagaio	25	04	07	8,43%
Dianópolis	20	02	03	3,61%
Gurupi	14	03	10	12,04%
Jalapão	15	02	02	2,40%
Miracema	24	02	03	3,61%
Porto Nacional	11	04	40	48,19%
Rio Formoso	23	03	08	9,63%
Total	139	22	83	99,95%

Fonte: Rocha (2017).

A pesquisa revelou o desequilíbrio na distribuição dos veículos on-line pelas microrregiões do estado. As regiões do Jalapão, Dianópolis e Miracema foram as que registraram o menor número de veículos on-line. O que contrasta com a região de Porto Nacional, com cerca de 40 veículos. É importante ressaltar que essa microrregião possui a maior quantidade de registros, porque é onde está localizada a capital do estado, Palmas. Além de ter a maior população, a cidade também abriga “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).

Nesse sentido, afirmamos que a investigação mostrou que as microrregiões que apresentam uma economia um pouco mais estruturada, como Porto Nacional, Araguaína, Gurupi, Rio Formoso e Bico do Papagaio, possuem um número maior de sites e blogs. Com exceção da microrregião de Porto Nacional, capitaneada pela capital, Palmas, as demais microrregiões, curiosamente, são cortadas pela BR-153 (rodovia Belém-Brasília), considerada “principal via de acesso da região norte com o centro-sul do país, reconhecida historicamente como elemento propulsor da economia tocantinense” (Rocha, 2017, p. 12).

2020: a atualização do mapa

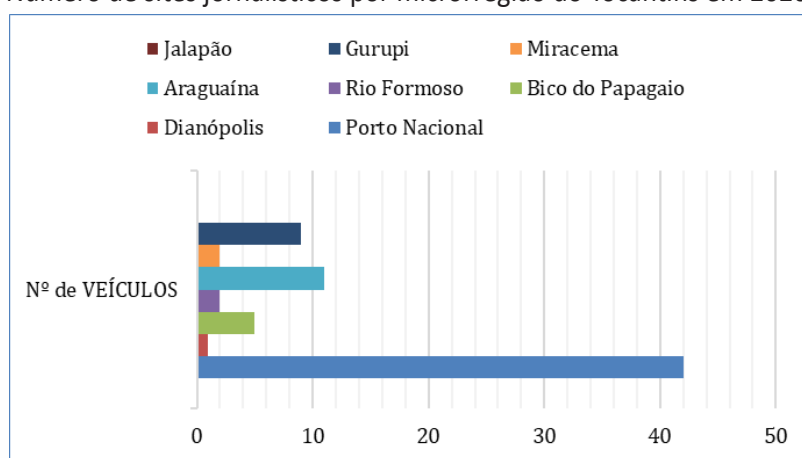
Em 2020, consolidou-se uma nova atualização no mapa, com dados publicados no Anuário Internacional de Comunicação Lusófona (2019/20) – Geografias da Diversidade (Rocha; Sousa; Alves, 2020).

Sob o título Mapa da Mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020, os pesquisadores mostraram que houve uma alteração nos números, identificando 74 sites, 4 jornais, 18 emissoras de televisão e 61 rádios.

A maior diferença destacada pelos autores foi a redução no número de jornais impressos, que diminuiu de 42 para 4 em todo o estado. Os jornais identificados foram: Jornal Daqui (de terça a sábado), Folha Capital (edição semanal), Primeira Página (quinzenal) e Centro Norte Notícias (edições mensais ou bimestrais). Destaca-se que “o jornalismo impresso, no Tocantins, deixou de ser viável para seus proprietários, visto que a maioria decidiu investir na versão online, certamente para diminuir os custos de produção e alcançar um público mais amplo” (Rocha; Sousa; Alves, 2020, p. 140).

Os autores observaram também uma queda no número de sites jornalísticos, embora em comparação aos jornais impressos essa diminuição tenha sido bem menor. Foram identificados 72 sites ativos em sete microrregiões. O trabalho de Rocha, Sousa e Alves (2020) discorre sobre como esse número mudou nas diferentes microrregiões do estado, com destaque para a microrregião de Porto Nacional, que representa 58,33% de todos os sites identificados no Tocantins (ver Figura 02). Os autores ressaltam que a redução no número de veículos on-line ativos foi significativamente menor em comparação ao impresso, especialmente ao analisar os dados gerais e a transição dos jornais impressos do Tocantins para o ambiente on-line nos últimos anos.

Figura 02. Número de sites jornalísticos por microrregião do Tocantins em 2020



Fonte: Rocha; Sousa; Alves (2020).

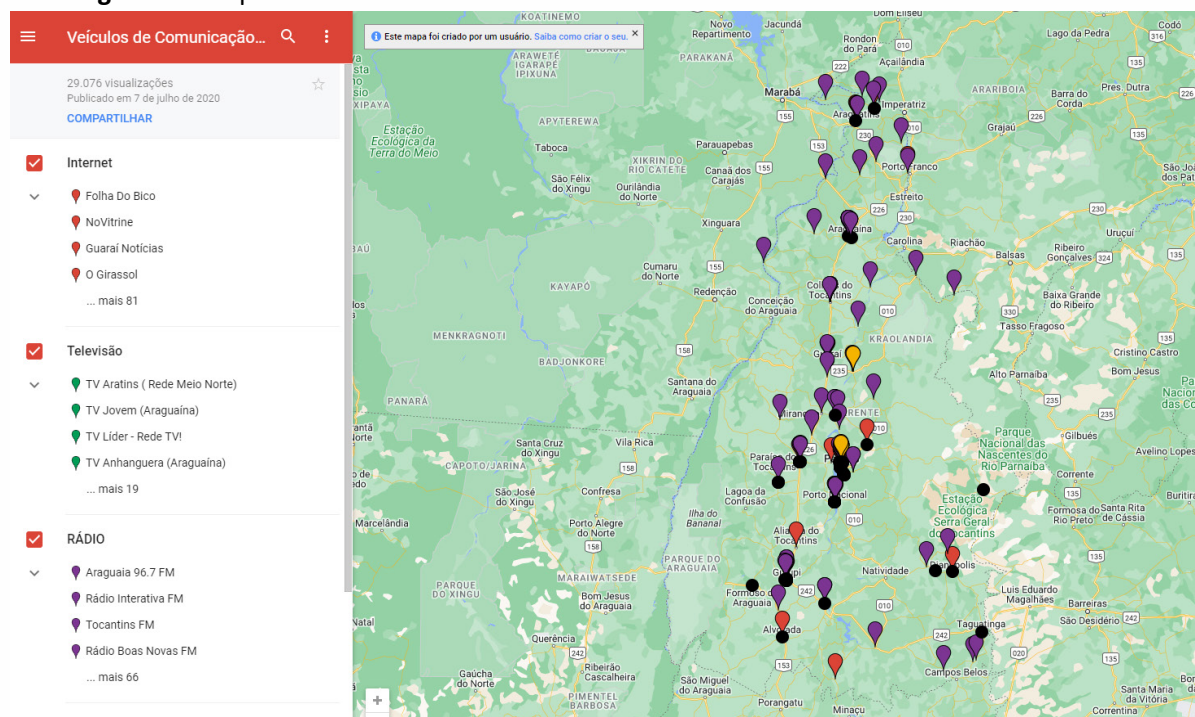
No que se refere às rádios, houve um aumento no número de veículos mapeados, que saltou de 37 em 2016 para 61 em 2020. Os pesquisadores destacam que um dos motivos para esse aumento foi o surgimento da Federação das Associações de Rádios Comunitárias do Estado do Tocantins (Farcom/TO) e a posterior agregação de diversas rádios comunitárias do estado no site e aplicativo da entidade civil. Assim, foi possível contatar e incluir no mapa aquelas emissoras de rádio associadas à Farcom/TO.

Por fim, o grupo apresentou uma atualização sobre as emissoras de televisão, que teve um pequeno aumento no número de veículos mapeados em relação a 2016, passando de 16 para 18 emissoras. O levantamento constatou que as emissoras estão localizadas apenas nos municípios que lideram a lista dos mais populosos do estado: Palmas, Araguaína, Gurupi, Porto Nacional e Paraíso.

Esse fato se justifica pelo fato de serem cidades que apresentam uma economia mais estável, “permitindo assim o investimento e o comprometimento dos empresários da comunicação em manter o veículo” (Rocha; Sousa; Alves, 2020, p. 143). Portanto, o levantamento de 2020 destacou, mais uma vez, a maior concentração de veículos impressos, sites jornalísticos, rádios e televisão na microrregião de Porto Nacional, por ser a região onde está inserida a capital Palmas.

Vale destacar que, para essa atualização, foi necessário migrar o conteúdo do mapeamento para o site do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor) por questões financeiras. Desde então, o material coletado está disponível no seguinte endereço: www.nepjor.com.br. Basta clicar na imagem Mapa da Mídia no Tocantins e acessar o conteúdo (ver Figura 03).

Figura 03. Mapeamento atualizado em 2020



Fonte: Nepjor (2020).

Rocha; Sousa; Alves (2020) afirmam que, durante o desenvolvimento do projeto em 2016, foram identificadas duas questões principais sobre a mídia tocantinense: a falta de dados sobre os veículos de comunicação e a dificuldade em acessar informações básicas, como endereços e contatos. Um levantamento inicial apontou três possíveis razões para essa escassez: informações desatualizadas em sites e redes sociais, desinteresse dos veículos em manter seus dados atualizados e desconhecimento sobre a importância dessas informações na era digital.

Uma nova análise, realizada em 2020, revelou mudanças no cenário da mídia, especialmente nos jornais impressos, que passaram a focar no meio on-line e desativaram suas versões físicas. Isso se deve, em parte, às transformações tecnológicas que afetam a produção, distribuição e consumo de informações, impactando a circulação do jornal impresso e a lucratividade das empresas jornalísticas. No contexto on-line, a concentração dos sites na microrregião de Porto Nacional, especialmente em Palmas, permanece, com poucas mudanças ao longo dos anos.

A comparação de dados indicou uma queda no número de sites ativos: eram 85 no primeiro levantamento, depois caiu para 83 e 72 no ano de 2020. Isso evidencia que, apesar do menor custo de manutenção da internet, a viabilidade financeira é crucial para a sobrevivência dos veículos, o que justifica uma pesquisa sobre os modelos de negócio desses sites. Esse desequilíbrio na distribuição também se aplica a rádios e emissoras de televisão, revelando a falta de comunicação em áreas mais remotas do estado.

Algumas considerações

Apesar de ser a unidade federativa mais jovem do Brasil, o Tocantins apresenta particularidades próprias, que fazem dele um estado com influências culturais distintas, uma geografia rica e uma economia ainda em desenvolvimento. Por esses e outros fatores, a mídia regional merece e precisa ser estudada, inclusive, para que lacunas e oportunidades sejam apontadas e estratégias sejam planejadas.

Nesse sentido, afirmamos que a mídia regional, por si só, apresenta características peculiares e desafios ímpares. Mesmo com os possíveis obstáculos, é necessário identificar, mapear e compreender os aspectos dos veículos jornalísticos presentes no estado. O Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor), ao longo de sua trajetória, vem investindo em investigações e em publicações que apresentem as singularidades da mídia no Tocantins a fim de tentar compreender o cenário regional.

Os dois levantamentos deixam evidente o desequilíbrio da presença de veículos de comunicação nas microrregiões que compõem o estado. Entretanto, a consolidação da tecnologia poderia ser um fator a ser considerado no que diz respeito à ampliação das vozes a serem ouvidas. Não basta criar um site ou ter a concessão de uma emissora de rádio. É preciso ter recursos para manter o veículo e, consequentemente, investir em uma cobertura mais inclusiva.

A dependência do financiamento público, infelizmente, é uma realidade. Esse fator, por exemplo, ainda interfere diretamente na produção e no caráter do conteúdo, o que deve ser sempre debatido pelos pesquisadores e também pela sociedade. Levar a informação ao público tornou-se uma tarefa mais fácil, porém, é necessário sempre questionar a qualidade desse conteúdo, tema que tem sido também explorado em outras investigações desenvolvidas pelo grupo.

O projeto de mapeamento, que foi iniciado em 2015 por uma docente e uma bolsista de Pibic, ganhou força e fôlego no decorrer do tempo e agora completa 10 anos. Os levantamentos aqui apresentados são apenas uma parte do que ainda pode ser explorado, como consumo de mídia, perfil dos profissionais, formas de financiamento, influência da opinião pública etc. Os próximos capítulos desta obra apresentam algumas dessas possibilidades de análise, revelando aspectos que podem contribuir para uma melhor compreensão do cenário midiático local atual.

Além disso, destacamos as colaborações e o trabalho voluntário de todos os integrantes atuais do grupo de pesquisa. Afinal, um projeto científico em fluxo contínuo precisa sempre de pessoas comprometidas com seus objetivos e metas. O compromisso com as coletas, análises e produções dos pesquisadores revela singularidades ao mesmo tempo em que oferece fundamentos para investigações futuras e avanços no campo de pesquisa.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO (INTERCOM). **Geografias da Comunicação**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/eventos1/gps1/gp-geografias-da-comunicacao>. Acesso em: 27 set. 2024.

CAMPONEZ, C. Jornalismo Regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade do jornalismo. In: CORREIA, J. C. (org.). *Ágora - Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades*. Covilhã: LabCom, 2011.

ORDUÑA, O. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. São Paulo: Thomson, 2007.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, ano 26, n. 43, p. 67-84, jan./jun. 2005. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/b85f/f21fe1af68936a0333f96599b612f30edca5.pdf>.

Acesso em: 27 set. 2024.

ROCHA, L. V. **A mídia regional na era on-line**: estudo e mapeamento dos veículos de comunicação do Estado do Tocantins. Projeto de Pesquisa cadastrado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade Federal do Tocantins, 2015.

ROCHA, L. V. A mídia regional na era on-line: mapeamento dos sites e blogs jornalísticos no Estado do Tocantins. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais [...]**. São Paulo: INTERCOM, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1487-1.pdf>. Acesso em: 27 set. 2024.

ROCHA, L. V.; SOARES, S. R.; ARAÚJO, V. T. Abrangências locais no jornalismo online do Tocantins. **Comunicação & Inovação**. São Caetano do Sul, v. 15, n. 29, p. 171-185, jul.-dez. 2014. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2866. Acesso em: 27 set. 2024.

ROCHA, L. V.; SOUZA, S. M. B.; ALVES, Y. M. Mapa da Mídia no Tocantins: levantamento de veículos entre 2016 e 2020. In: GRADIM, A.; SERRA, P. (orgs.). **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2019/2020**. Covilhã: LabCom, 2020.

SOUZA, S. M. B. de; ROCHA, L. V. Mídia regional: mapeamento dos veículos de comunicação no Estado do Tocantins. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: INTERCOM, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0410-1.pdf>. Acesso em: 27 set. 2024.

Televisão no Tocantins: integração regional e desenvolvimento comunicacional

Edna de Mello Silva

Adriano Nogueira da Fonseca

Kauê Barbosa Nogueira de Souza Guerra

A televisão brasileira não nasceu na capital paulista por acaso. Reimão (1997) entende que, na década de 1950, a cidade do Rio de Janeiro era a sede política e cultural do país, enquanto a de São Paulo seria o maior mercado consumidor, onde viviam os principais membros de uma burguesia enriquecida pela cafeicultura e pelo desenvolvimento industrial do estado paulista ao longo das décadas anteriores. Neste contexto, a chegada da TV no Brasil, em setembro de 1950, foi uma iniciativa do capital privado, tal como ocorreu nos EUA, de quem adquiriu a tecnologia para a implantação da nova emissora.

O empresário Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, investiu milhares de dólares na compra de equipamentos da RCA Victor, empresa americana associada ao canal NBC. A negociação com a empresa foi iniciada em 1944 por David Sarnoff, representante da companhia. Chateaubriand conheceu a televisão numa feira no Rockefeller Center em Nova Iorque, neste mesmo ano, num encontro com Sarnoff. Vale lembrar que a primeira emissora de televisão foi inaugurada nos EUA pela RCA, na cidade de Nova Iorque, em 1939.

O empresário já havia demonstrado sua capacidade de negociação na captação de recursos anos antes, em 1947, para a criação do Museu de Arte de São Paulo, cuja primeira sede foi no prédio dos Diários Associados, localizado na Rua Sete de Abril, em pleno centro da capital paulista. Chateaubriand já era um empresário de sucesso, dono de uma cadeia de jornais em quase todos os estados brasileiros, revistas e de uma rede de 25 emissoras de rádio quando se aventurou com a mídia televisiva.

A chegada dos caminhões, carregados de equipamentos comprados da empresa norte-americana NBC, em janeiro de 1950, foi amplamente divulgada pelos jornais e nas rádios, criando um clima de expectativa para a novidade. Uma pré-estreia da televisão ocorreu em 04 de julho de 1950 para um seleto grupo que esteve presente nas cerimônias da inauguração formal do Museu de Arte de São Paulo (MASP) e do Edifício Guilherme Guinle, sede dos Diários Associados.

Na ocasião, foram instalados dois monitores de televisão, um no saguão do edifício e outro do lado de fora do prédio, a poucos metros de distância, na esquina das ruas Sete de Abril e Bráulio Gomes. Durante o evento, ao final dos discursos das autoridades, houve a apresentação do frei José Francisco de Guadalupe Mojica, que cantou seus sucessos (Morais, 1994).

Quando o senhor Assis Chateaubriand esteve em Nova Iorque comprando as instalações da TV paulista, os diretores da RCA não lhe deram demasiadas esperanças sobre o alcance da emissora. Previram somente que a capital seria coberta pelas ondas. [...] quando a antena começou a funcionar no topo do prédio do Banco do Estado [...] verificaram que muitas cidades vizinhas estavam recebendo a transmissão (Silva, 1950, p. 96).

A transmissão oficial de inauguração da televisão brasileira só foi acontecer em 18 de setembro de 1950. A solenidade, realizada nos estúdios do Alto do Sumaré, onde a emissora de TV foi instalada, contou com uma missa que teve a bênção dos equipamentos e com a transmissão do programa inaugural “TV na Taba”. A nova emissora de TV foi chamada de PRF-3 TV Tupi de São Paulo. Eram poucos os televisores disponíveis na cidade, por isso muitas pessoas se aglomeraram diante das vitrines de lojas e dos aparelhos que foram espalhados pelo centro da capital.

Os anos de 1950, 60 e 70 foram marcados pela expansão de estações de televisão nas principais cidades do país. Os aparelhos televisores ainda eram muito caros e poucos tinham o equipamento em casa. Em 1951, começaram a ser produzidos os primeiros receptores brasileiros da marca Invictus. Ao longo de meados dos anos 1950 até o final dos anos 1960, várias emissoras foram inauguradas: TV Tupi do Rio de Janeiro (1951), TV Record de São Paulo (1953), TV Itacolomi de Belo Horizonte (1955), TV Piratini de Porto Alegre (1959), TV Jornal do Comércio de Recife (1960), TV Itapoan de Salvador (1960), TV Globo (1965) e TV Cultura de São Paulo (1969).

Nas décadas seguintes, a televisão amplia sua audiência com a popularização dos aparelhos televisores. Em algumas regiões do país, mesmo sem energia elétrica, há espectadores ansiosos por assistir às imagens, às notícias e às telenovelas que se tornam uma grande paixão nacional.

Outra característica fundante da televisão no Brasil passa pelo entendimento de que não se trata de um modelo de prestação de serviços para a população e sim um tipo de negócio no mercado audiovisual. Esta diferença é fundamental para a compreensão da dependência econômica de anunciantes que realizam captação de recursos para a produção de sua programação. Se há investimento, é esperado um retorno. A programação da televisão é patrocinada por empresas desde sua inauguração. A necessidade de financiamento para a produção de programas e a captação feita por anúncios comerciais são determinantes para a gestão das emissoras, sendo o quesito fundamental para a manutenção do canal de televisão.

A chegada da televisão no Tocantins: expansão e impacto regional

A chegada da televisão no Tocantins representou um marco importante no desenvolvimento das comunicações e na integração da região com o restante do Brasil. Durante o regime militar (1964-1985), a política de expansão da mídia foi fortemente impulsionada pelo governo federal, para promover a integração nacional e facilitar a disseminação de informações. De acordo com Leal (2009), o regime militar implementou uma série de medidas que incluíram a criação de órgãos reguladores, isenções fiscais sobre equipamentos e o incentivo à infraestrutura de telecomunicações. Essas ações permitiram que a televisão se expandisse para regiões mais isoladas, como o antigo norte goiano, atualmente Tocantins. E, assim, quando a televisão chegou nas terras tocaninenses, já existia no Brasil há mais de 25 anos.

A TV Anhanguera, integrante do Grupo Jaime Câmara, foi uma das pioneiras no processo de expansão televisiva para o Tocantins. Em 1976, a retransmissora da TV Anhanguera foi instalada em Araguaína, a maior cidade da região. Segundo Santos (2015), essa expansão enfrentou diversos desafios logísticos,

como a ausência de energia elétrica permanente em muitos municípios e as condições precárias das estradas, que dificultavam o transporte de equipamentos e pessoal técnico. Mesmo assim, a inauguração oficial da TV Anhanguera em Araguaína, ocorrida em 10 de dezembro de 1976, marcou o início de uma nova era na comunicação regional. O sinal transmitido cobria sete cidades do norte goiano e duas no Maranhão, proporcionando à população acesso a uma programação televisiva em cores, incluindo o “Jornal Nacional” e novelas da Rede Globo, conforme documentado pelo jornal “O Popular” (1976).

Em 1982, o Grupo Jaime Câmara expandiu ainda mais sua presença no Tocantins com a instalação da TV Rio Formoso em Gurupi, também conhecida como Canal 2. Essa emissora se destacou por se tornar uma geradora de conteúdo, o que permitiu a produção de programas locais, além da retransmissão de conteúdos nacionais da Rede Globo. A TV Rio Formoso desempenhou um papel fundamental na integração das cidades do sul do estado com o restante do Brasil, ao mesmo tempo em que oferecia uma programação que refletia as demandas e os interesses da comunidade local.

A multiplicação das antenas de transmissão ao longo dos anos também foi um fator decisivo para a expansão da televisão no Tocantins. A instalação de retransmissoras em cidades como Cristalândia, Porto Nacional e Paraíso do Tocantins ampliou o alcance do sinal da TV Anhanguera, permitindo que localidades anteriormente isoladas passassem a fazer parte da rede de cobertura televisiva (Santos, 2015). Esse processo foi facilitado por iniciativas como o Consórcio de Televisão Médio Norte Goiano, que contou com o apoio de diversas prefeituras locais. Depois da criação do Tocantins, surgiu a Companhia de Comunicação do Estado do Tocantins (Comunicatins).

De acordo com Rocha, Soares e Araújo (2014), a Comunicatins era uma empresa de direito privado, com economia mista, tendo o Governo do Tocantins como principal acionista. Em 1996, a emissora se transformou em autarquia e passou a se chamar Instituto Dom Alano, atuando com a Universidade do Tocantins (Unitins) para explorar a prestação de serviços de Rádio e TV.

No ano seguinte, devido à falta de recursos e objetivando regularizar legalmente o serviço de radiodifusão sob a tutela do Estado, o Instituto é transformado na Fundação Unitins, autarquia com autorização para executar o serviço com fins educativos. Este processo gerou a Rádio Palmas 96,1 FM, que entrou no ar em 2000 em caráter experimental; e a TV Palmas, com transmissões a partir de 2003, que tempos depois passou a se chamar Rede Sat e, posteriormente, TVE Tocantins. Ampliando o arco regional, a TV estatal tinha o sinal captado por 10 municípios maranhenses limítrofes, como Porto Franco (TV Difusora) e Imperatriz (TV Nativa).

No entanto, nem todas as emissoras conseguiram se manter ao longo dos anos. Um exemplo é a TVE Tocantins que, em janeiro de 2019, teve suas atividades suspensas pelo governo estadual. A emissora, que já enfrentava dificuldades financeiras, foi transferida para a gestão da Universidade Estadual do Tocantins (Unitins) com foco em projetos educativos. Essa medida gerou protestos e marcou o fim da produção local de telejornais e programas culturais. Anos depois, o governo firmou um acordo com a TV Cultura para retransmitir sua programação em algumas regiões do estado.

A televisão tocantinense sempre desempenhou um papel essencial na produção de conteúdo regional. A TV Anhanguera e outras emissoras locais, como a TV Rio Formoso em Gurupi e a TV Anhanguera de Araguaína, foram responsáveis por criar uma programação que refletia a realidade social, política e cultural da região. Programas de notícias e debates, além de conteúdos educativos e de entretenimento, contribuíram para a construção da identidade tocantinense e o fortalecimento dos laços comunitários.

Emissoras em cidades menores também desempenharam um papel importante na difusão de conteúdos locais. A cidade de Colinas do Tocantins, por exemplo, recebeu a TV Colinas, afiliada ao SBT, em 2009. Apesar de ter enfrentado dificuldades, como o fechamento temporário em 2012, a emissora voltou a operar em 2015, desta vez afiliada à Rede Record (Rocha; Soares; Araújo, 2014). Em Gurupi, a SILTV, criada em 2006, inicialmente afiliada à RedeTV!, passou a transmitir o sinal da Band em 2015. Essas emissoras locais desempenharam um papel fundamental ao levar informação e entretenimento para as comunidades em áreas mais remotas do estado.

Outras emissoras não tiveram o mesmo desfecho e acabaram encerrando as atividades em definitivo por diversos motivos. O Sistema Mosaico, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), informa que a TV Girassol de Gurupi, afiliada da Band, fechou as portas em 2015. Isso aconteceu depois de uma ordem judicial de reintegração de posse. Na decisão, o juiz Pedro Nelson de Miranda Coutinho, da 3ª Vara Cível da Comarca de Palmas, determinou que a emissora deveria restituir bens, incluindo painéis de antena e transmissores, por descumprimento de acordo contratual. Após isso, a emissora foi arrendada para a Igreja Mundial do Povo de Deus, passando a repetir a programação da Rede Mundial.

Já o sinal da TV Record chegou à capital do Tocantins, em 1993, pela TV Lajeado. Em 2007, passou a ser transmitido pela TV Jovem, por meio do canal 7 VHF, dando início à produção do Balanço Geral, com informações jornalísticas e entretenimento, conforme o padrão nacional da Rede Record. Em 2019, a TV Jovem Palmas anuncia investimento em estrutura técnica e de equipe após ser vendida para o técnico de futebol Vanderlei Luxemburgo, com foco em notícias comunitárias.

Atualmente, a grade da emissora conta com o Balanço Geral Manhã Tocantins, entre às 7h e 8h; o Balanço Geral Tocantins, que vai ao ar entre 11h55 e 13h30; e o Cidade Alerta Tocantins, das 17h55 às 19h55. Os três programas são exibidos de segunda a sexta, com abrangência para oito municípios. Além da capital Palmas, recebem o sinal da TV Jovem as cidades de Araguaína, Arapoema, Colinas do Tocantins, Couto Magalhães, Formoso do Araguaia, Gurupi, Paraíso do Tocantins e Tocantinópolis.

Diante do exposto, infere-se que a chegada da televisão no Tocantins foi um marco de grande relevância para o desenvolvimento das comunicações na região. Desde a instalação da TV Anhanguera em Araguaína, no ano de 1976, até a expansão de emissoras locais em cidades menores, a televisão transformou a maneira como os tocantinenses se informam e se entretêm. Ao longo dos anos, a programação local se consolidou como um importante meio de promoção da cultura regional e de integração social. Apesar dos desafios enfrentados, como a suspensão de emissoras estatais, a televisão continua a desempenhar um papel vital na vida cotidiana do Tocantins.

Emissoras de televisão no Tocantins e produções locais

Elencamos as principais emissoras de televisão no Tocantins, com detalhes sobre os programas locais produzidos, tempo de duração e horários de exibição.

1. TV Anhanguera Tocantins (afiliada da Rede Globo)

Produções locais:

- Bom Dia Tocantins: 2 horas e 30 minutos de duração, das 6h às 8h30 (de segunda a sexta);
- Jornal Anhanguera 1ª Edição: 1 hora e 15 minutos de duração, das 11h45 às 13h (de segunda a sábado);
- Jornal Anhanguera 2ª Edição: 30 minutos de duração, das 19h10 às 19h40 (de segunda a sábado).

2. TV Jovem Palmas (afiliada da Rede Record)

Produções locais:

- Balanço Geral Manhã: 1 hora de duração, das 7h às 8h (de segunda a sexta);
- Balanço Geral: 1 hora e 35 minutos de duração, das 11h55 às 13h30 (de segunda a sexta);
- Cidade Alerta Tocantins: 2 horas de duração, das 18h às 19h55 (de segunda a sexta).

3. TV Norte Tocantins (afiliada do SBT)

Produções locais:

- Norte Agro: 15 minutos de duração, das 06h às 06h15 (de segunda a sexta);
- Super Manhã: 1 hora e 15 minutos de duração, das 06h15 às 07h30 (de segunda a sexta);
- O Povo na TV: 1 hora e 30 minutos de duração, das 11h15 às 13h45 (de segunda a sexta);
- Tá na Hora: 1 hora e 15 minutos de duração, das 18h30 às 19h45 (de segunda a sexta).

4. TV Cultura Tocantins (afiliada da TV Cultura)

Produções locais:

- Produções variadas de 1 hora, transmitidas em diferentes horários, sobre temas educativos e culturais.

5. TV Jalapão – Rede Meio Norte

Produções locais:

- Ronda Tocantins: 1 hora e 25 minutos de duração, das 11h35 às 13h (de segunda a sexta).

6. Record News Palmas

Tropa do Marcão: 1 hora e 15 minutos de duração, das 11h45 às 13h (de segunda a sexta).

7. Rede TV Tocantins

Programação local:

- Jornal da Rede: 1 hora de duração, das 12h às 13h (de segunda a sexta).

A TV Anhanguera Tocantins, afiliada da Rede Globo, se destaca pela ênfase no jornalismo informativo e de serviço, com mais de 4 horas e 15 minutos diários dedicados a produções locais. Entre seus programas estão o ‘Bom Dia Tocantins’, com um formato matinal que antecipa notícias e informações úteis para o dia, o ‘Jornal Anhanguera 1ª Edição’, que aborda temas locais e nacionais na faixa do almoço, e o ‘Jornal Anhanguera 2ª Edição’, que encerra o dia com atualizações dos principais fatos. A emissora se mantém fiel ao padrão formal de jornalismo, valorizando a credibilidade e a organização das informações.

Em contraste, a TV Jovem Palmas, afiliada da Rede Record, prioriza programas com uma abordagem mais popular e informal, com destaque para o sensacionalismo e elementos de entretenimento. ‘Balanço Geral Manhã’, ‘Balanço Geral Tocantins’ e ‘Cidade Alerta Tocantins’ somam cerca de 4 horas e 35 minutos diários, oferecendo um conteúdo que mescla jornalismo policial com sorteios e reportagens de apelo emocional. Embora atraia uma audiência significativa, essa linha editorial se caracteriza pela linguagem informal e foco em notícias sensacionalistas.

Por outro lado, a TV Cultura Tocantins, afiliada da TV Cultura, segue uma proposta distinta, sem uma ênfase específica no jornalismo factual. Sua programação é marcada por conteúdos educativos e culturais, veiculados em horários variados, refletindo uma abordagem mais segmentada e temática, voltada à formação do público.

Ao observar as faixas de exibição das emissoras que priorizam o noticiário local, percebe-se que a maioria concentra seus programas no horário do almoço, entre 12h e 13h. Esse intervalo estratégico atrai a atenção do público que busca se atualizar durante a pausa do trabalho, evidenciando a competição entre as emissoras para captar essa audiência.

De forma complementar, a TV Jalapão – Rede Meio Norte, a Record News Palmas e a Rede TV Tocantins mantêm uma programação mais enxuta, com foco em jornalismo e entretenimento, mas sem o mesmo volume e diversidade encontrados nas grades da TV Anhanguera e da TV Jovem Palmas. Assim, essas emissoras se posicionam de maneira mais específica em nichos, enquanto as maiores procuram oferecer uma programação mais ampla e diversificada.

Projeção das emissoras de televisão no Tocantins

Foi produzido um levantamento de canais ativos e extintos, por meio de uma pesquisa comparativa dos dados de 2016 do Mapa da Mídia, sites de busca e colaborativos, em 2024.

Quadro 01. Canais ativos em 2016

Nome	Cidade	Afiliada
TV Aratins	Araguaína	Rede Meio Norte
TV Nacional	Porto Nacional	Rede Meio Norte
TV Paraíso	Paraíso	SBT
TV Porto	Porto Nacional	SBT
SBT Palmas	Palmas	SBT
TV Rio Lontra	Araguaína	SBT
TV Jovem Palmas	Palmas	Record
TV Jovem Araguaína	Araguaína	Record
TV Líder	Araguaína	RedeTV!
RedeTV Tocantins	Palmas	RedeTV!
TV Assembleia	Palmas	Tv Câmara
TV Anhanguera Araguaína	Araguaína	Anhanguera
TV Anhanguera Gurupi	Gurupi	Anhanguera
TV Anhanguera Palmas	Palmas	Anhanguera
TV Amazonas	Araguaína	Band
SilTV	Gurupi	Band
Unitins TV	Palmas	Cultura
TV Guará	Guaraí	Independente

Fonte: Mapa da Mídia do Tocantins, disponível em: www.nepjor.com.br/. Acesso em 20 out. 2024

Quadro 02. Canais extintos em 2016

Nome	Cidade
TV Graciosa (Futura)	Palmas
Rede Brasil de Televisão	Palmas
TVE Tocantins	Palmas
TVE	Araguaína

Fonte: Mapa da Mídia do Tocantins, disponível em: www.nepjor.com.br/. Acesso em 20 out. 2024

Quadro 03. Canais abertos em 2024

Nome	Cidade	Afiliada
TV Colinas	Colinas	Rede Meio Norte
TV Nacional	Porto Nacional	Rede Meio Norte
TV Cidade	Araguaína	Rede Meio Norte
TV Miracema	Miracema	Rede Meio Norte
TV Paraíso	Paraíso	SBT
TV Porto	Porto Nacional	SBT
TV Norte Araguaína	Araguaína	SBT
TV Norte Gurupi	Gurupi	SBT
SBT Palmas	Palmas	SBT
TV Boa Vista	Tocantinópolis	SBT
TV Rio Lontra	Araguaína	SBT
TV Jovem Palmas	Palmas	Record
TV Jovem Araguaína	Araguaína	Record
TV Líder	Araguaína	RedeTV!
RedeTV Tocantins	Palmas	RedeTV!
TV Girassol	Augustinópolis	RedeTV!
TV Assembleia	Palmas	TV Câmara
TV Anhanguera Araguaína	Araguaína	Anhanguera
TV Anhanguera Gurupi	Gurupi	Anhanguera
TV Anhanguera Palmas	Palmas	Anhanguera
TV Amazonas	Araguaína	Band
SilTV	Gurupi	Band
Unitins TV	Palmas	Cultura
UFT TV	Palmas	TV Brasil
TV Guará	Guaraí	Independente
Record News Tocantins	Palmas	Record News

Fonte: Mapa da Mídia do Tocantins, disponível em: www.nepjor.com.br/. Acesso em 20 out. 2024.

Quadro 04. Canais extintos em 2024

Nome	Cidade
TV Javaés	Palmas
TV Lajeado	Palmas
Band Tocantins	Palmas
TV Girassol	Gurupi
TV Graciosa	Palmas
TV Aratins	Araguaína
Rede MN Tocantins	Araguaína

Fonte: Mapa da Mídia do Tocantins, disponível em: www.nepjor.com.br/. Acesso em 20 out. 2024

Diante dos dados coletados, é possível inferir que, entre 2016 e 2024, o cenário televisivo do Tocantins passou por algumas alterações. Apesar de o número total de emissoras ativas ter se mantido estável na maioria das cidades, Palmas e Araguaína apresentaram um aumento no número de emissoras extintas. Em Palmas, o número de emissoras fechadas subiu de 3 para 4, enquanto em Araguaína passou de 1 para 2. As cidades de Augustinópolis, Colinas, Miracema e Tocantinópolis ganharam novas emissoras, enquanto Gurupi se manteve com o mesmo número.

É interessante observar que algumas emissoras encerraram suas atividades em uma cidade e iniciaram em outra. A TV Girassol, por exemplo, que estava ativa em Gurupi em 2016, aparece como extinta em 2024, mas surge em Augustinópolis no mesmo ano.

Esse fenômeno pode estar ligado a diversos fatores, como estratégias econômicas, mudanças no mercado publicitário ou até políticas de concessão dos canais. Dessa forma, a emissora pode ter encerrado suas atividades em uma cidade devido à baixa rentabilidade, mas encontrado condições mais promissoras e viáveis em outra.

Neste contexto, o estudo TV Aberta no Brasil: aspectos econômicos e estruturais (Ancine, 2015) destaca que a viabilidade econômica e a busca por mercados mais promissores são determinantes para a realocação de emissoras. Conforme seus dados, a renda e o engajamento populacional são essenciais para entender a distribuição e o ranqueamento das emissoras no país. Isso pode explicar por que emissoras, como a TV Girassol, podem encerrar atividades em uma cidade e iniciar em outra, buscando melhores oportunidades financeiras e de audiência.

Palmas continua sendo a cidade com o maior número de emissoras ativas, com 7 canais, seguida por Araguaína, com 6. No entanto, Palmas também lidera em número de emissoras extintas, com 4 canais.

Vale ressaltar que este estudo considerou apenas os dados disponíveis no Mapa da Mídia do Tocantins e nos sites de busca e colaborativos, podendo haver outras emissoras não registradas nessas fontes. Além disso, a análise não levou em conta a qualidade da programação, a audiência ou o impacto social das emissoras.

Com o intuito de traçar um panorama atual da infraestrutura televisiva no Tocantins, realizou-se também uma pesquisa no banco de dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Ao filtrar as estações de TV por este estado, constatou-se a existência de 59 canais, dos quais apenas 13 possuem licenciamento regular. A expressiva quantidade de canais vagos (46) evidencia uma lacuna regulatória significativa no setor. A ausência de informações sobre as organizações responsáveis por esses canais não licenciados aponta para uma problemática persistente entre as emissoras regionais, que se caracteriza pela precariedade de estrutura e pela falta de compromisso com os padrões de qualidade e ética jornalística.

Este cenário fragmentado impacta diretamente a produção de conteúdo jornalístico local, uma vez que a ausência de regulamentação pode levar à proliferação de informações não verificadas e à desinformação. Além disso, a falta de licenciamento compromete a sustentabilidade das empresas de comunicação, dificultando a profissionalização do setor e a oferta de um serviço de qualidade à população tocantinense.

Algumas considerações

A televisão brasileira, desde seu surgimento em São Paulo, trilhou um caminho moldado por interesses comerciais e políticos. A expansão para o estado de Goiás, na região Central do país, foi impulsionada ainda durante o regime militar e descortinou novos horizontes para a comunicação regional. Quando o estado do Tocantins foi criado, em 1988, já encontrou emissoras de televisão instaladas no antigo norte goiano. No entanto, essa presença de canais de televisão sempre foi marcada pelas fragilidades de um sistema marcado pela precariedade e pela falta de regulamentação.

A efemeridade das emissoras locais, muitas das quais sucumbiram a desafios financeiros e à ausência de um arcabouço legal sólido, contrasta com a longevidade de outras, como a TV Anhanguera, que se mantém como um pilar da radiodifusão no estado. A emissora goiana, que criou raízes também no solo tocantinense, com suas retransmissoras em Araguaína e Gurupi, consolidou-se como uma referência na produção de conteúdo regional, levando informação e entretenimento a diversas localidades do estado.

Sua programação diversificada, que abrange telejornais, entretenimento e programas educativos, contribuiu para a construção da identidade cultural do estado e para o fortalecimento dos laços comunitários. A emissora, parte do Grupo Jaime Câmara, soube se adaptar às transformações do mercado televisivo, mantendo sua relevância ao longo das décadas.

Em síntese, a trajetória da televisão no Tocantins reflete os desafios e as conquistas de um setor em constante mutação. A introdução das primeiras retransmissoras, a expansão da TV Anhanguera e a criação de novas emissoras marcaram momentos de grande transformação na comunicação regional. Esses avanços não apenas facilitaram o acesso à informação e ao entretenimento, mas também desempenharam um papel fundamental na construção da identidade cultural do estado.

Além disso, a televisão também teve um impacto expressivo na esfera econômica. O crescimento do setor televisivo incentivou a venda de aparelhos e gerou empregos em diversas áreas, como jornalismo, publicidade e produção audiovisual. A concorrência entre as emissoras estimulou a inovação na programação, levando a uma oferta mais diversificada de conteúdos para o público. Contudo, a sustentabilidade financeira das emissoras regionais continua sendo um desafio, especialmente diante do avanço das plataformas digitais.

Dessa forma, mesmo diante das dificuldades enfrentadas, a televisão permanece um instrumento essencial de comunicação e transformação social. A expansão digital e a convergência midiática trazem novos desafios, mas também abrem oportunidades para que a produção de conteúdo regional se reinvente e alcance novos públicos. O futuro da televisão no Tocantins dependerá de sua capacidade de adaptação às mudanças tecnológicas, sem perder de vista seu papel essencial de informar, educar e entreter a população.

A televisão, apesar das adversidades, continua sendo um poderoso instrumento de comunicação e transformação social, ampliando os horizontes da população tocantinense.

Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **TV Aberta no Brasil**: aspectos econômicos e estruturais. Brasília: ANCINE, 2015. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/estudo_tvaberta_2015.pdf. Acesso em: 15 fev. 2025.
- CANAL 2 de Araguaína já chega a 9 cidades. **O Popular**, Goiânia, 14 de dezembro de 1976, p. 6.
- CHATEAUBRIAND, A. **O sinal de televisão no céu de Piratininga**. Diário de S. Paulo. 19 set 1950. p. 1.
- ENTRA O BRASIL NA ERA DA TELEVISÃO. **Jornal do Rio de Janeiro**. 19 de setembro de 1950.
- GRUPO Norte de Comunicação compra sociedade e assume operações do SBT no Tocantins. **Conexão Tocantins**. Palmas, 27 de outubro, 2020. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2020/10/27/grupo-norte-de-comunicacao-compra-sociedade-e-assume-operacoes-do-sbt-no-tocantins>. Acesso em: 07 set. 2024.
- GRUPO Bandeirantes inaugura nesta quarta em Palmas nova emissora: a Band Tocantins. **Conexão Tocantins**. Palmas, 12 de outubro, 2008. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2008/10/22/grupo-bandeirantes-inaugura-nesta-quarta-em-palmas-nova-emissora-a-band-tocantins>. Acesso em: 15 fev. 2020.
- GUERRA, J.; FEITOZA, L. Relevância jornalística: conceito, fundamentos e aplicação. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, SC, v. 20, n. 2, p. 401-419, maio/ago. 2020.
- HÁBITO de ver conteúdo em vídeo é destaque em todo o Brasil em 2020, **Kantar Ibope Media**. Disponível em: www.kantaribopemedia.com/habito-de-ver-conteudo-em-video-e-destaque-em-todo-o-brasil-em-2020/. Acesso em: 3 abr. 2021.
- JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.
- JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. Entrevista narrativa. In: BAUER, M. W. GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- KNEIPP, V.. **Trajetória de formação do telejornalista brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação) Universidade de São Paulo, USP, Escola de Comunicações e Artes – ECA, São Paulo, 2008.
- LEAL, P. M. V. Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7, 2009, Fortaleza/CE. **Anais [...]**. Fortaleza: Alcar, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1>. Acesso em: 20 set. 2024.
- MENESES, V. D. **Cenário da programação de TV regional aberta no Brasil: desafios e perspectivas**. 2010. 362 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de Brasília, Brasília, 2010.
- MORAIS, F. **Chatô: o rei do Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- PATERNOSTRO, V. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005.

REIMÃO, S. (org.). **Em instantes: notas sobre a programação na TV brasileira (1965-1995)**. São Paulo: Faculdades Salesianas: Cabral, 1997.

REIS, L. A.; SILVA, E. **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, 2017, São Paulo. Anais do XI Encontro Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, 2017.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

ROCHA, L. V.; SOARES, S. R.; ARAÚJO, V. T. Abrangências locais no jornalismo online do Tocantins. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 15, n. 29, p. 171-185, 2014.

SALES JÚNIOR, F. das C. **A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local**. 2020. 164f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28727> . Acesso em: 15 set. 2024.

SANTOS, J. **A Sedução da imagem: a televisão no limiar do Tocantins**. Palmas: Eduft, 2015. 160p.

SILVA, A. A televisão para milhões. **Revista O Cruzeiro**. 28 de setembro de 1950. Disponível em: <https://www.facebook.com/LiveTVTupi>. Acesso em 01 set 2024.

TV ANO 25 (1975). **Bau da TV**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1dRlgY-MIAs> Acesso em 20 set 2024.

TV BANDEIRANTES. **Lolita Rodrigues canta Hino da TV na Hebe**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MFshfAkpY5Q>. Acesso em 20 set 2024.

VIZZONI, C.. **A notícia e a imagem para as massas**. Revista O Cruzeiro. 21 fev. 1953a

VIZZONI, C. **A reportagem, alma da televisão**. Revista O Cruzeiro. 15 ago 1953b

Do passado à atualidade: a trajetória dos jornais impressos no Tocantins

Fernanda Alves de Mendonça
Talita Melz

O avanço da internet e a migração do consumo de notícias para as plataformas digitais, a partir dos anos 2000, estão entre os principais fatores que levaram ao declínio dos jornais impressos no país (Adghirni, Pereira, 2011; Bekemball, Angelos, Lucian, Calazans, 2012; Santos, 2013). Essa mudança no cenário midiático se deve à facilidade de acesso a informações on-line e à gratuidade do conteúdo digital, fatores que levaram à redução drástica das vendas de jornais impressos. Além disso, o aumento da conectividade e o uso abundante de smartphones tornaram os veículos impressos menos competitivos, levando muitas empresas a reestruturarem seus negócios ou a encerrarem suas atividades. No Tocantins, o cenário não foi diferente, com a extinção de publicações impressas ou migração para o on-line, por meio de sites e portais de notícias.

Este capítulo se dedica ao cenário atual da imprensa no Estado do Tocantins, a partir de um mapeamento dos jornais impressos, compreendendo uma atualização do Mapa da Mídia no Tocantins, idealizado pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (NEPJOR/UFT), realizado na Universidade Federal do Tocantins.

O ponto de partida desta pesquisa foi a consulta às informações do Mapa da Mídia para o levantamento dos jornais impressos já identificados no Estado. A partir dessa consulta inicial, as pesquisadoras realizaram o contato direto com as redações dos quatro jornais mapeados, via WhatsApp, com o objetivo de realizar o levantamento histórico de cada periódico e a confirmação da continuidade da circulação.

Os dois processos foram realizados dos dias 01 a 30 de outubro de 2024. A terceira etapa compreendeu a realização de consultas nos sites de busca Yahoo e Google, para checagem da existência de mais jornais que não estão presentes no Mapa da Mídia.

Apesar de a discussão sobre a crise no impresso não ser algo novo e já amplamente tratado academicamente, este trabalho é relevante, pois atualiza o mapeamento dos jornais impressos no Tocantins, a partir dos estudos já publicados, principalmente o Mapa da Mídia no Tocantins, pois permite verificar a persistência de veículos impressos regionais frente às transformações e do mercado informacional digital, tendo como referência temporal outubro de 2024.

Isto posto, este texto segue dividido em cinco seções: breve histórico do jornalismo impresso no Tocantins, cenário atual dos jornais impressos no Estado, crise dos veículos impressos e o reflexo nos veículos tocantinenses, e conclusão.

Breve histórico do jornalismo impresso no Tocantins

Apesar de o Tocantins se tornar uma unidade federativa somente com a promulgação de uma nova Constituição em 5 de outubro de 1988, a luta pela autonomia política e administrativa desse território é secular. A compilação acerca de fatos históricos que culminaram na criação do estado também passa pela mídia.

Silva (2003) considera a Folha do Norte o primeiro jornal a circular na região do Tocantins, quando ainda pertencia ao estado de Goiás. Fundado em 3 de julho de 1891, o jornal era produzido e impresso em Porto Nacional. Porém, Macedo e Menezes (2015) atribuem o pioneirismo ao jornal Norte de Goyaz, fundado em 1905. Esse veículo era composto por tipos avulsos e, durante quase meio século, prestou serviços a essa comunidade, contribuindo até mesmo para o contexto cultural e se tornando voz da região do sertão, que na época era isolada.

Para Pôrto Jr. e Bucar (2020), a história da imprensa tocantinense é dividida 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:

1. de 1891 a 1940, do aparecimento da imprensa em Porto Nacional ao início da sua expansão para outras localidades. Doze periódicos foram editados neste período, sendo: Folha do Norte (1891), O Incentivo (1901), Norte de Goyaz (1905) Jornal do Povo (1920), O Corisco (1929), Voz do Norte (1929), O Norte (1929), Folha dos Moços (1930), O Colegial (1940), Voz do Norte (1940), A Palavra (1938) e A Voz de Pedro Afonso (1941);
2. de 1940 a 1960, com a multiplicação de texto e uma nova expansão dos jornais para municípios como Pedro Afonso e Tocantinópolis. Em Porto Nacional, surgiram os jornais Goiás Central (1950), A Norma (1853), Estado do Tocantins (1956) e o Polígrafo (1958). Na cidade de Tocantinópolis surgiram o Correio do Norte (1948), O Tocantins (1950), A Palavra Livre (1953) e o Verdade (1956). No município de Pium, foram criados o Ecos do Tocantins (1951) e o Anuário do Tocantins (1957);
3. 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 por Pôrto Jr. e Bucar (2020) está dividido em outras três fases, sendo a primeira fase de 1988 a 1998, com a criação do estado do Tocantins e o aparecimento da imprensa diária. Surgiram O Jornal (1989), Cinco de Outubro (1990), Correio Tocantinense (1991), O Pioneiro (1991), Opinião Pública (1992), Jornal D'Elas (1992), Gazeta do Tocantins (1993), Tribuna Popular (1993), Tins e Tais (1993) Jornal do Dia (1994), Primeira Página (1994), Tribuna do Estado (1994), O Tocantins (1995), Jornal do Povo (1995), Stylo (1996), Diário Tocantinense (1997), Tribuna do Tocantins (1997), Jornal dos Municípios (1997), Dezoito de Março (1998) dentre outros.

A segunda fase do segundo período, conforme Pôrto Jr. e Bucar (2020), compreende os anos de 1998 a 2005, caracterizada pelo aparecimento do jornal diário e o surgimento dos veículos virtuais. A terceira fase vai de 2005 a 2018, com o domínio dos veículos virtuais e o fim da versão impressa do Jornal do Tocantins (JTo). Vale destacar que, no dia 1º de janeiro de 2019, o Jornal do Tocantins passou a ser disponibilizado apenas no ambiente digital.

O Jornal do Tocantins surgiu em 18 de maio de 1979 em Araguaína, então cidade do interior do norte goiano. 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, como descrito por Carvalho (2000).

Trazendo o relato histórico para a capital Palmas, criada no dia 20 de maio de 1989, o primeiro impresso a circular com o topônimo Palmas se chamava 'Tocantins É'. Apesar de ter como localização geográfica a capital tocaninense, a sede era a cidade de Miracema do Tocantins. Segundo Carvalho (2000), o 'Tocantins É' foi fundado na mesma data de criação de Palmas, mas contou com apenas três edições. Apresentava formato tabloide, com quatro páginas impressas em preto e branco. A primeira manchete foi o lançamento da Pedra Fundamental de Palmas.

Figura 01. Uma das edições do Tocantins É



Fonte: Carvalho (2000).

Os jornais impressos originários de outras cidades tocantinenses, e que passaram a usar o topônimo de Palmas, contavam ainda com O Regional. O veículo foi fundado em 10 de novembro de 1985, em Araguaína, mas passou a utilizar o nome de Palmas em 5 de maio de 1990. Posteriormente, em 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 a Tribuna do Estado (Carvalho, 2000).

Os estudos que tratam dos veículos jornalísticos impressos surgidos a partir de 2000 são raros, como descrito por Mendonça (2024), mas a autora destaca a existência do Jornal das Arns, criado em agosto de 2003, e o Jornal Daqui, em 2013. O jornal Stylo, em sua versão impressa, deixou de circular em 2018, porém mantém o Portal Stylo desde 2007. Outro jornal que deixou de existir e migrou para a internet é O Jornal, que encerrou a versão de papel em 2007, mesmo ano de criação do site.

Ainda na capital, outros veículos impressos não são mais veiculados, como O Coletivo, que circulava sempre pelas estações de transporte coletivo; O Girassol; Jornal O Eixo; Página Aberta; Jornal O Servidor; Folha Evangélica; Jornal Taquaralto; Tribuna do Planalto; O Estado do Tocantins; Palmas Sul; Jornal Folha da Boa Vista.

No interior do Estado, deixaram de circular: Voz do Bico (Augustinópolis) e a Folha do Bico (Araguatins), ambos mantêm apenas sites e estão localizados no extremo-norte do Tocantins. Também foram extintos o Mira Jornal (Miracema), Folha do Jalapão (Aparecida do Rio Negro), Jornal Correio do Estado (Paraíso do Tocantins), Ecos do Tocantins (Pium) e o Paralelo 13 (Porto Nacional), na região central. Já no sul e sudeste, deixaram de circular o Jornal Tocantins, Hoje (Formoso do Araguaia), Jornal Tribuna do Tocantins (Cariri do Tocantins), Jornal Tocantins News (Peixe), Jornal Sudeste Interativo (Porto Alegre do Tocantins).

Cenário atual no Tocantins

A partir da trajetória de pesquisa, já delimitada anteriormente na Introdução, o Mapa da Mídia do Tocantins, versão 2020, trouxe consigo 41 jornais impressos catalogados. Deste total, quatro estavam em circulação: Primeira Página, Centro-Norte Notícias, Folha Capital e Jornal Daqui. Em 2024, o cenário não mudou e os mesmos quatro se mantêm em atividade.

O Jornal Primeira Página é o mais antigo em circulação no estado, com esta nomenclatura já existe há 27 anos e, somado ao período em Araguaína, como O Regional, o tempo chega a 39 anos.

O Jornal Primeira Página iniciou sua jornada na região norte do Tocantins, mas logo transferiu sua sede para a então capital provisória, Miracema, acompanhando de perto os primeiros passos deste Estado. Em 1990, fixou residência na capital definitiva, Palmas, onde permanece como um pilar da comunicação até os dias atuais. Sua história entrelaça-se com os eventos marcantes que moldaram a capital e o Estado desde sua criação. O jornal (...) enfrentou desafios nos primórdios da região, com a pouca infraestrutura característica das terras abandonadas do então norte de Goiás (Jornal Primeira Página, 2024).

O Jornal Primeira Página atualmente possui formato impresso e digital. As edições do periódico são disponibilizadas, conforme a formatação para impressão, no site <https://jornalprimeirapaginato.com>. As pesquisadoras realizaram uma investigação nas edições disponibilizadas no site a fim de verificar a periodicidade do jornal, porém, não foi possível determinar a ocorrência das publicações, pois não há um padrão lógico.

Durante o processo de pesquisa, a redação foi acionada via WhatsApp para esclarecimento das dúvidas relacionadas ao histórico do Jornal Primeira Página, porém nenhuma das mensagens foi respondida. Abaixo, a Figura 02 mostra a edição mais recente do jornal, datada de 27 de setembro.

Figura 02. Capa do Jornal Primeira Página



Fonte: Jornal Primeira Página (2024).

O segundo jornal com mais tempo em circulação no Tocantins e o único do interior do Estado é o Centro-Norte Notícias. Sediado no município de Pedro Afonso, na região Central do Estado, o jornal iniciou as atividades em 4 de dezembro de 2008, tendo como manchete “Ponte Pedro Afonso - Tupirama Impulsiona Economia”. O jornal possui quatro páginas e é diagramado em formato tabloide. Possui atualmente a tiragem média de 3 mil exemplares e distribuição gratuita nas cidades de Pedro Afonso, Guaraí, Bom Jesus do Tocantins, Tupirama, Santa Maria do Tocantins, Centenário, Recursolândia, Itacajá, Fortaleza do Tabocão, Colméia, Pequizeiro, Itaporã, Miracema, Miranorte, Rio Sono, Colinas do Tocantins, Miracema e Palmas.

O jornal tem como editor-chefe o jornalista pedroafonsino Fred Alves, que ainda cursava Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo, na Universidade Federal do Tocantins (UFT), em 2002, quando planejou criar um jornal impresso em Pedro Afonso. “Via a necessidade de um veículo de comunicação nesta parte do Estado com enorme potencial econômico, uma história rica, mas ainda carente em muitas áreas” (Fred Alves, informação verbal, 2024).

Em janeiro de 2014, foi inaugurada a sede própria do Centro-Norte Notícias, mantendo, desde o início da circulação, a periodicidade mensal. “O Centro-Norte Notícias busca, acima de tudo, o envolvimento constante com os assuntos da comunidade, apoiando projetos sociais, culturais, ambientais e esportivos” (Fred Alves, informação verbal, 2024).

É importante destacar que são noticiados apenas assuntos regionais, dando visibilidade ao potencial econômico da região, como descrito por Fred Alves:

O Centro-Norte Notícias atua para dar visibilidade ao potencial econômico da região e, desse modo, contribui para a atração de investidores que ajudam a alavancar o desenvolvimento das cidades da sua área de abrangência. Na maioria dos municípios onde circula, distantes dos grandes centros, é o único veículo de comunicação existente. O público-alvo do jornal são estudantes de todos os níveis, agropecuaristas, empresários, funcionários públicos, bem como outros segmentos da sociedade dos municípios de abrangência do jornal (Fred Alves, informação verbal, 2024).

Além da versão impressa, que chegou à edição nº 172, em agosto de 2024, o Centro-Norte Notícias possui um site, o Portal CNN (www.centronortenoticias.com.br), criado em 2010, com notícias sobre as cidades de circulação do jornal, além de notícias gerais de interesse da população, como informações sobre serviços, a exemplo de imposto de renda, pagamento de taxas, campanhas de saúde, direitos e deveres, dentre outros temas de alcance nacional, mas que ganham traços regionais.

Figura 03. Primeira capa do Centro-Norte Notícias



Fonte: Jornal Centro-Norte Notícias (2024)

Figura 04. Capa de 2024 do Centro-Norte Notícias



Fonte: Jornal Centro-Norte Notícias (2024).

Em 3 de março de 2013, surgiu em Palmas o primeiro jornal destinado às classes C, D e E: o Jornal Daqui (Figura 5). Com linguagem popular, editorias focadas no entretenimento, serviços e pautas de interesse deste público-leitor, o veículo teve uma boa aceitação. A versão da capital tocantinense segue a mesma configuração do Jornal Daqui de Goiânia, criado em 2007, e considerado um dos principais produtos do Grupo Jaime Câmara, sucesso de vendas em bancas.

Em Palmas, nos anos iniciais de circulação, o Jornal Daqui possuía 16 páginas, no formato tabloide. A depender da quantidade de matérias publicadas e do espaço dividido com os anúncios publicitários, estendia-se para 20 páginas.

Figura 05. Primeira capa do Jornal Daqui de Palmas



Fonte: Jornal Daqui (2024).

Atualmente, o Jornal Daqui circula com 12 páginas e segue sendo distribuído em bancas e pontos de vendas como supermercados, conveniências e outros locais comerciais. A tiragem atual é em média 5.460 exemplares (Figura 6) e o exemplar custa R\$1,50 (um real e cinquenta centavos)². O jornal é publicado cinco vezes na semana, e a edição de sábado é válida para o domingo e segunda-feira. O impresso circula nas cidades de Palmas, Araguaína, Gurupi, Porto Nacional, Colinas do Tocantins, Guaraí, Miracema do Tocantins, Nova Olinda, Paraíso do Tocantins, Formoso do Araguaia, Brasilândia, Barrolândia e em Luzimangues (distrito de Porto Nacional).

Assim como grandes e pequenos jornais, o Daqui passou pelo enxugamento da redação e diminuição dos investimentos. Inicialmente, o Jornal do Tocantins impresso servia como âncora do Daqui, ou seja, as principais notícias eram produzidas pela equipe do Jornal do Tocantins e editadas em uma versão menor e com linguagem popular para as páginas do Daqui. Excluía-se notícias sobre assuntos mais complexos e que não faziam parte dos interesses da classe popular, como política e economia, salvo as pautas de serviço, como dia de votação, imposto de renda, pagamento de outros impostos, dentre outros.

Outros assuntos populares que não eram retratados nas páginas do Jornal do Tocantins eram destinados ao Daqui. Nos anos iniciais, a edição de sábado e domingo estampava matérias exclusivas

² Informação coletada em 5 de outubro de 2024.

dos repórteres do Jornal Daqui, porém, com o enxugamento da redação e a carga excessiva de trabalho, essa modalidade foi excluída e, novamente, apenas as matérias do Jornal do Tocantins eram publicadas.

Com o fim da versão impressa do Jornal do Tocantins, a equipe do Daqui viu-se frente a um problema, pois deixaram de ter conteúdos mais densos e trabalhados, passando a usar matérias publicadas no site, muitas delas sem a atualização e a checagem típicas do impresso. Mesmo frente a este obstáculo, o Grupo Jaime Câmara não investiu na contratação de mais jornalistas para o veículo.

Figura 06. Capa atual do Jornal Daqui, de Palmas



Fonte: Jornal Daqui (2024).

Uma peculiaridade do Jornal Daqui é a fidelização dos leitores por meio da troca de kits (brindes), o que agrega valor à produção, como já observado por Basílio (2013). Outra característica dessa fidelização é o estímulo ao pertencimento por parte do leitor, a ser visto nas páginas da seção 'Artista lá de Casa', coluna social do jornal. "Destinada para manifestações afetuosas de leitores para amigos e/ou familiares considerados artistas no grupo familiar" (Jesus; Silva; Tuzzo; 2018, p. 6).

Ainda sobre esse senso de pertencimento como estratégia de fidelização, Amaral (2006) afirma que "o ato de ler um jornal e de assistir a um programa também está associado a um ritual que reafirma cotidianamente a ligação das pessoas com o mundo" (Amaral, 2006, p. 59).

Partindo agora para a apresentação do último jornal mapeado, tem-se o Jornal Folha Popular. Fundado em 2014, mesmo ano do lançamento do site, o jornal tem circulação semanal. É possível ressaltar que foram publicadas 480 edições até o dia 1º de outubro de 2024.

Figura 07. Edição mais recente da Folha Capital



Fonte: Folha Capital (2024).

O jornal foi criado com o intuito de ser um elo entre o poder público, a sociedade civil organizada e a população. “Com uma linha editorial independente, matérias investigativas e informativas, o jornal impresso tem se consolidado como leitura indispensável para quem quer estar bem-informado” (Folha Capital, 2024, n.p).

A crise dos jornais impressos e o reflexo nos veículos tocantinenses

Ao apresentar esse contexto dos jornais impressos no Tocantins, uma questão importante a ser considerada é a econômica. Isso se alia à situação mundial dos veículos impressos, que há algumas décadas passou pela chamada ‘crise dos jornais impressos’. Com o aparecimento da internet, os meios tradicionais tiveram uma crise generalizada, tanto de identidade quanto financeira.

Conforme Rublescki (2010), o cenário de crise não era novo para o impresso, que já tinha sobrevivido ao rádio e à televisão. Entretanto, com a internet, mais uma vez o impresso precisou se moldar e desafiar suas próprias estruturas. Um exemplo disso no Tocantins foi o Jornal do Tocantins que, em 2016, realizou a última grande reformulação gráfica e editorial, com objetivo de reconquistar leitores e aumentar a receita, que há anos enfrentava baixas vendas, causando prejuízos ao Grupo Jaime Câmara, pois, mesmo se tratando de um jornal, ainda é um produto comercial e precisa gerar lucros para se manter.

Esse novo modelo buscava mais eficiência, dinâmica e atratividade em um formato mais compacto e prático, passando do *standard* para o *berliner*. Editorias foram unidas e as nomenclaturas alteradas. Todas as páginas ganharam cores, privilegiando fotografias e diminuindo o tamanho dos textos (Jornal do Tocantins, 2016).

A inserção de análises e opiniões foi uma das principais mudanças editoriais, junto com a inclusão de elementos de maior apelo visual, como entradas de texto, infográficos e mais destaque para imagens. Por fim, a modificação gráfica, com objetivos editoriais, se deu nas cores do Jornal. No standard, nem todas as páginas eram coloridas, no berliner, todas passaram a ser. Cada editoria ganhou sua cor. Em 2016, a versão on-line do JTO também ganhou atualização para se aproximar da versão impressa, com as mesmas cores, que seguem até a data atual. Passado um ano de todas as mudanças no Jornal do Tocantins, em 2017, alguns elementos do projeto desenvolvido pela redação sofreram alterações, outros seguiram as definições iniciais (Melz, Oliveira, 2021, p. 7).

Na avaliação de Müller (2011), não é correto atribuir a crise no impresso a apenas a internet e mídias digitais, “pois suas causas são mais amplas e seus primeiros indícios podem ser localizados décadas antes do advento da rede mundial de computadores e dos dispositivos digitais de recepção de conteúdos jornalísticos” (Müller, 2011, p. 80). Ainda em 2011, o autor analisou a crise estrutural dos jornais impressos, observando que a internet e as mídias digitais representavam um desafio aos jornais.

[...] não por sua capacidade de produção de conteúdos jornalísticos, mas por incidirem diretamente sobre a essência do modelo de negócios do jornalismo impresso num momento em que as empresas jornalísticas enfrentam uma crise estrutural (cujos fatores principais antecedem o surgimento dessas novas mídias). Ao mesmo tempo, as mídias digitais representam novas formas de comunicação de conteúdos com as quais os jornais não têm condições de competir, a não ser que consigam adequar a produção jornalística, sob todos os aspectos, às novas plataformas tecnológicas e reinventar seus modelos de negócios (Müller, 2011, p. 104).

Destacou-se essa mudança no JTO para explicar o que Bekemball, Angelos, Lucian, Calazans (2012, p. 4) observaram ainda em 2012, quatro anos antes da mudança gráfica e editorial do JTO. “A tendência para reverter esse quadro é de os jornais irem se modificando (...), porém a diferença é que apenas mudar nas cores e no formato não irá surtir muito efeito, quando o que se interessa é a informação e como ela estará disponível ao leitor”.

Ao analisarem essa mudança no JTO, Melz e Oliveira (2021) observaram que os conteúdos passaram a ser tratados com mais cuidado, com o objetivo de apresentar uma proposta mais interativa e similar à internet, porém, as alterações duraram pouco tempo e o JTO retrocedeu.

Entretanto, na edição de um ano depois, percebeu-se a perda de muitos desses elementos editoriais. As matérias voltaram massivamente ao factual, sem um tratamento mais amplo ou aprofundamento. Entre os motivos que provavelmente contribuíram para essa perda, pode-se elencar a inclusão de editais públicos com mais frequência nas páginas. Outra questão é a rotatividade de produtores de conteúdo no jornal. Nas matérias analisadas, ficou evidente que as assinaturas não são dos mesmos jornalistas nas edições. Essa situação pode ter afetado a continuidade do projeto.

Apesar das significativas falhas em manter a proposta original, após um ano, a opção pelo formato mais contemporâneo conseguiu garantir a sobrevivência da versão impressa por pouco mais de dois anos (Melz, Oliveira, 2021, p. 14).

Voltando a apresentar as considerações das mudanças no jornalismo impresso, Rublescki (2010) também concluiu que este formato precisou passar por mudanças de paradigmas, muito mais que qualquer outra coisa, e isso vai desde a parte estrutural até a gestão, isso devido às transformações na forma de consumo e hábitos de leitura. Ou seja, houve alterações nas redações jornalísticas, “que se reestruturaram para produzir material em tempos de convergência tecnológica [...] também alterações sociais, com um novo perfil de leitor-usuário-telespectador em tempos de cibercultura e cibersociedade (Rublescki, 2010, p. 4).

Levando em consideração que um jornal grande com tradição teve dificuldades para essa transformação, um jornal pequeno e com circulação mais local teria ainda mais conflitos nessa situação. Para Rublescki (2010), a velocidade da produção no jornalismo on-line, feita pelos mesmos profissionais dos impressos, “pode se configurar em um fator que reduz a possibilidade de reflexão ao longo do processo de produção da notícia não apenas no digital, mas também nos impressos, face à sobrecarga de trabalho” (Rublescki, 2010, p. 10).

Assim, a única alternativa possível de sobrevivência dos jornais se desdobra no investimento em qualidade, com bons jornalistas e reportagens. No entanto, as empresas, por questões econômicas, passaram a demitir e diminuir as redações (Rublescki, 2010). Como resultado, muitos desses jornais deixaram de existir, outros foram formatados para esse modelo on-line, até mesmo com outros nomes e redações.

No Tocantins, casos como o Girassol, Folha do Bico e Folha do Jalapão são exemplos de veículos que em algum momento tinham uma versão impressa e contam atualmente com websites. Para esta investigação, não foram identificadas as causas dos fechamentos dos jornais citados acima, porém infere-se que os motivos estejam relacionados aos elementos que levaram à crise no impresso, como já descrito acima.

Essa análise do cenário atual dos jornais impressos no Tocantins revela um panorama desafiador e, ao mesmo tempo, resiliente, o que segue o cenário mundial. O avanço das plataformas digitais e a crescente migração do público para fontes de informação on-line impactaram diretamente a circulação de periódicos impressos. Essa constatação não é inédita, mas o cenário se mantém e não sofrerá grandes transformações ao longo dos próximos anos.

A pesquisa realizada, que atualiza o Mapa da Mídia no Estado, evidencia que, apesar do fechamento e transformação de veículos somente em sites, ainda há jornais impressos que vêm resistindo, como o Primeira Página, o Centro-Norte Notícias, a Folha Capital e o Jornal Daqui. Esses veículos não apenas mantêm a circulação, mas também desempenham um papel importante na comunicação local ao atender a nichos de audiência e ao abordar questões regionais relevantes. O Primeira Página, com uma longa trajetória, e o Centro-Norte Notícias, com seu foco no fortalecimento da comunidade local no interior, exemplificam como a imprensa regional pode se adaptar e se reinventar em tempos de crise.

Apesar de não ser objeto de investigação desta pesquisa, salienta-se que boa parte da receita desses jornais é proveniente de anúncios/publicações legais, a exemplo de editais, balancetes de empresas, dentre outros atos. Os impressos podem ganhar mais um tempo de sobrevivência, pois em meados de

2024, o Supremo Tribunal Federal (STF) validou norma que dispensa as sociedades anônimas de publicarem atos societários e demonstrações financeiras em diário oficial e passou a exigir a divulgação das informações em jornal de grande circulação, em formato físico e eletrônico, presente na Lei 13.818/2019 que alterou a Lei das Sociedades Anônimas (Lei 6.404/1976) (Supremo Tribunal Federal, 2024, n.p).

Apresentadas essas considerações, parte-se agora para a conclusão e fechamento das ideias discutidas.

Considerações finais

Apesar de ser um estado relativamente novo, com pouco mais de três décadas de autonomia, o Tocantins apresenta tradição no que se refere à produção impressa. Isso porque conta com veículos que iniciaram antes mesmo da criação da unidade federativa, alguns com uma história mais longa, seguindo o processo do Estado, outros com passagens mais rápidas, mas todos buscando reforçar a cultura e características dessa região.

Observou-se que mesmo os maiores jornais impressos do Tocantins foram afetados pela crise, ou seja, por mais robusto que fosse o veículo, não conseguiu escapar das dificuldades do setor. A falta de recursos e consequentes investimentos agravaram a sobrevivência desses jornais, como ocorreu com o JTo, que em seus anos de glória possuía uma redação robusta, chegando a contar com mais de 50 profissionais, desde a parte administrativa, jornalistas, gráfica e mercado leitor. Hoje, o que se vê, na própria redação do site, é uma estrutura extremamente enxuta, com poucos profissionais e a cada dia em mais declínio.

Apesar dos exemplos de veículos que mantêm sua circulação impressa e desempenham um papel importante na comunicação local ao atender a nichos de audiência e destacar questões regionais relevantes, como o Centro-Norte Notícias, o desafio continua. Isso porque, para essa manutenção seguir, é necessário criar modelos sustentáveis que permitam a coexistência entre o impresso e o digital.

Assim, o mapeamento do jornalismo impresso no Tocantins, com base no levantamento do Mapa da Mídia, não é apenas uma reflexão sobre seu passado, mas uma oportunidade para compreender as transformações e desafios que a comunicação e a imprensa enfrentam. Além disso, abre espaço para a reflexão sobre novas estratégias e inovações que possam fortalecer a presença dos veículos de comunicação na era digital.

Por fim, essa análise também evidencia a importância desse trabalho de mapeamento realizado pelo Mapa da Mídia como um registro histórico para o presente e futuro, e como um portal de busca dos veículos ativos para consulta de outros comunicadores e da população em geral.

Referências

AMARAL, M. F. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BASILIO, E. **Jornal Daqui 2007-2013**. Disponível em: <https://bit.ly/47RgmTc>. Acesso em: 20 out. 2024.

BEKEMBALL, J. F.; ANGELOS, M. A.; LUCIAN, R.; CALAZANS, J. Crise no Jornal Impresso: Análise de como as mudanças nos hábitos de leitura tem influenciado. **Conhecimento Interativo**, São José dos Pinhais, PR, v. 6, n. 2, p. 141-151. 2012. Disponível em: <https://bit.ly/4eTNw6Q>. Acesso em: 05 out. 2024.

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

JESUS, B. M.; SILVA, L. A. F. da; TUZZO, S. A. Des(informar) para fidelizar: uma análise da relação entre o Jornal Daqui e seus públicos sob o prisma das Relações Públicas. 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.

JORNAL DO TOCANTINS. **Como era e como ficou o novo jornal**, 2016. Disponível em: <http://www.jornal-dotocantins.com.br/como-era-e-como-ficou-o-novo-jornal-1.1136721>. Acesso em: 5 out. 2024.

JORNAL FOLHA CAPITAL. **Quem somos**. Jornal Folha Capital, [s.d.]. Disponível em: <https://folhacapital.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 20 out. 2024.

JORNAL PRIMEIRA PÁGINA. **Quem somos**. Jornal Primeira Página, [s.d.]. Disponível em: <https://bit.ly/3Y4AwWC>. Acesso em: 20 set. 2024.

MACEDO, L. R.; MENEZES, V. D. Jornalismo e militância no Tocantins: O jornal Norte de Goyaz e a criação do Estado do Tocantins. **Anais. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**, Rio de Janeiro/RJ, 2015.

MELZ, T.; OLIVEIRA, C. S. Do standard ao berliner: as transformações no projeto editorial e gráfico do Jornal do Tocantins. **Anais. XIII Encontro Nacional de História da Mídia (Alcar)**, Rio de Janeiro/RJ, 2021. Disponível em: <https://bit.ly/4eD7004>. Acesso em: 05 out. 2024.

MENDONÇA, F. A. de. **WhatsApp e a prática do jornalismo regional nas redações jornalísticas da TV Anhanguera e CBN Tocantins**, 2024. 141f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Palmas, 2024.

NEPJOR/UFT - Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia. **Mapa da Mídia no Tocantins**, 2020. Disponível em: <https://nepjor.com.br/>. Acesso em: 2 set. 2024.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intexto**. Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3XYtxV>. Acesso em: 05 out. 2024.

PÔRTO Jr., F. G. R.; BUCAR, R. A. P. 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://bit.ly/3zJRW1k>. Acesso em: 15 set. 2024.

RUBLESCKI, A. A crise de identidade dos jornais impressos. Ícone. Universidade Federal de Pernambuco. v. 12, n. 1, ago. 2010. Disponível em: <https://bit.ly/4h8srI3>. Acesso em: 3 set. 2024.

SANTOS, V. F. **O futuro do jornal impresso: ênfase no jornalismo local**. 51 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social-Jornalismo) - Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul, Ijuí, RG, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3ZVSg7M>. Acesso em: 20 out. 2024.

SILVA, O. B. **História da Imprensa do Tocantins**. Palmas: Cartográfica Editora do Tocantins Ltda, 2003.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. **STF valida norma que dispensa publicação de atos de sociedades anônimas em diário oficial**, 2024. Disponível em: <https://bit.ly/3zJuUaV>. Acesso em: 05 out. 2024.

Rádios no Tocantins: diversidade e alcance regional

Valmir Teixeira de Araújo

Maria Tereza Lemes Moreira Carneiro

José Uendel Souza da Costa

O mapeamento das rádios no estado do Tocantins em 2024 revela um panorama diversificado de meios de comunicação que desempenham um papel crucial na difusão de informações e no fortalecimento da cultura local. Com um total de 90 rádios distribuídas entre 49 dos 139 municípios do Estado, essas emissoras alcançam uma população estimada em 1.577.342 pessoas, conforme dados do último Censo (IBGE, 2022). A presença dessas rádios torna-se ainda mais relevante em um estado marcado pela grande extensão territorial e pela distribuição demográfica diversificada, onde as rádios locais frequentemente funcionam como os principais canais de comunicação em áreas de difícil acesso.

As rádios tocaninenses são veículos essenciais para a conectividade e a integração social, especialmente em localidades com acesso limitado à internet e a outros meios de comunicação de massa. Esses veículos desempenham um papel informativo, com conteúdos regionais, culturais e de entretenimento, como programas musicais. A diversidade cultural do estado também se reflete nas rádios, que trazem a pluralidade tocaninense em suas programações.

O Tocantins é dividido em regiões intermediárias e imediatas desde 2017, como parte de uma nova estrutura de regionalização do Brasil (IBGE, 2017). O estado foi dividido em três regiões intermediárias: Palmas, Araguaína e Gurupi, que, por sua vez, se subdividem em regiões imediatas: Palmas, Porto Nacional, Guaraí, Paraíso do Tocantins, Miracema do Tocantins, Araguaína, Tocantinópolis, Colinas do Tocantins, Araguatins, Gurupi e Dianópolis. O mapeamento das rádios tocaninenses aponta a quantidade de veículos de comunicação em cada uma dessas regiões e relaciona suas características com as particularidades locais.

Outro importante aspecto analisado no levantamento é a natureza das rádios tocaninenses, divididas entre rádios comerciais, comunitárias e educativas, que se diferenciam em suas finalidades, formas de operação e públicos-alvo. As rádios comerciais são empresas privadas com fins lucrativos, mantidas principalmente pela venda de anúncios publicitários, e sua programação é voltada para atrair grandes audiências, com conteúdos variados, como música, entretenimento e notícias. Já as rádios comunitárias são emissoras sem fins lucrativos, de alcance restrito, cujo objetivo principal é atender às necessidades da comunidade local, promovendo a cidadania e a participação social com conteúdo de interesse público. Por fim, as rádios educativas são mantidas por instituições públicas ou privadas de ensino e têm foco na educação e na disseminação de conhecimento, oferecendo uma programação voltada para temas culturais, educacionais e informativos, sem a comercialização de espaços publicitários.

Na primeira parte do trabalho, apresentamos uma discussão conceitual sobre o rádio como um meio de comunicação que evoluiu muito desde seu surgimento e, atualmente, pode ser considerado

uma ferramenta acessível, dinâmica, com grande alcance, que permanece importante tanto para públicos de áreas remotas quanto para populações urbanas, com uma crescente interconexão com o mundo digital. Ressaltamos também a história da rádio no Tocantins, que está intimamente ligada ao processo de criação do estado em 1988, quando a região foi desmembrada de Goiás. Mesmo antes da criação do Tocantins, já existiam diversas rádios no território, que desempenharam um papel importante no fortalecimento do sentimento independentista, bem como na consolidação do recém-criado estado.

Em seguida, apresentamos o panorama das rádios tocaninenses, com o mapeamento apontando um total de 90 emissoras, destacando aspectos como a concentração nos municípios maiores, como Palmas, Araguaína e Gurupi, bem como a existência dessas rádios como os únicos veículos de comunicação em diversos municípios, especialmente nas regiões imediatas de Dianópolis, Araguatins e Tocantinópolis. Também apresentamos um panorama dessas rádios a partir de suas naturezas (comercial, comunitária e educativa), analisando suas respectivas áreas de concentração e aspectos locais.

A comunicação de massa, especialmente via rádio, torna-se uma ferramenta fundamental para garantir que informações de interesse público, como avisos de utilidade pública e campanhas governamentais, alcancem até mesmo os municípios mais afastados. Portanto, as 90 rádios do Tocantins formam uma rede de comunicação essencial para o desenvolvimento econômico e social do estado, sendo um elo crucial entre as diversas comunidades que o compõem.

Para a construção do mapeamento das rádios do Tocantins, foi utilizada uma abordagem metodológica de pesquisa exploratória e descritiva, na qual buscamos investigar o funcionamento, a distribuição e o impacto dessas emissoras no contexto socioeconômico do estado. Utilizando múltiplas fontes de dados, como registros de licenciamento da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e observação direta das programações de cada veículo, foi possível incluir apenas aquelas que estavam em funcionamento em setembro de 2024. Essa abordagem metodológica fornece uma visão descritiva e também do panorama das rádios tocaninenses.

A trajetória da radiodifusão no Brasil e no Tocantins

Oficialmente, as primeiras transmissões no Brasil ocorreram em 07 de setembro de 1922, com a celebração do centenário da Independência e a instalação de equipamentos rádio-telegráficos e radiotelefonia, inicialmente voltadas para o comércio e demonstrando o potencial do rádio como ferramenta de comunicação (Ortriwano, 2003; Ferrareto, 2014).

A Fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi a pioneira em transmissões regulares sob a orientação de Edgar Roquette-Pinto. Apesar de a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro ser classificada como a pioneira (Barbosa, 2013), a Rádio Clube de Pernambuco tem sido, na verdade, a pioneira na radiodifusão brasileira. Criada em 1919, ela entrou no ar em fevereiro de 1923, três meses antes da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Luiz Ferrareto (2014) explica que, no caso da pernambucana, as transmissões ocorriam com estações amadoras de emissão e recepção de sinal, consideradas ilegais para a legislação vigente à época.

O sucesso do rádio e a inclusão deste veículo na vida cotidiana das pessoas começou em 1923, principalmente em razão de ser a principal fonte de informação de quem não possuía conhecimento intelectual suficiente para ler e interpretar uma notícia em um jornal impresso (Otriwano, 2003).

No entanto, o rádio também teve papel fundamental na história política do país. A criação da Rádio Nacional em 1936, posteriormente estatizada por Getúlio Vargas em 1940, fez com que o rádio fosse usado como instrumento de controle e divulgação governamental durante o Estado Novo, com impacto direto na liberdade de imprensa (Otriwano, 2003).

De acordo com Barbosa (2013), durante a ditadura de Vargas, o controle da imprensa era rigoroso. Somente quanto aos jornais, estima-se que 61 publicações deixaram de circular por força do poder executivo (Barbosa, 2013). Em todo o período em que esteve no poder, Vargas viu o rádio como um grande aliado, pois este era uma ferramenta de comunicação de massa já bastante utilizada por líderes da Alemanha e da Itália na época.

Gélido ou não, Vargas orquestrou com maestria os acontecimentos mediante os quais o Estado Novo se impôs. Conseguiu o apoio do comando militar e assegurou aos jornalistas, em especial aos correspondentes estrangeiros que transmitiam notícias do Brasil, que estava tudo sob controle. As eleições presidenciais foram canceladas sem a menor cerimônia, e a Constituição de 1934 foi revogada em favor de um novo documento, escrito pelo jurista ultraconservador Francisco Campos. (Levine, 2001, p. 82).

Segundo o informativo Intervozes, de novembro de 2007, durante o governo Figueiredo (1979-1985), foram concedidos nada menos do que 634 canais de radiodifusão, 295 rádios AM, 299 rádios FM e 40 emissoras de TV (Intervozes, 2007).

E foi com este viés entre rádio e política que a Região Norte do Brasil iniciou as transmissões radiofônicas. As primeiras rádios surgiram em 1927, por intermédio do governo federal. Amazonas, Pará e Tocantins fugiram à regra pelas suas próprias características político-administrativas.

No caso específico do Tocantins, que fazia parte de Goiás até 1988, a política foi parte fundamental do surgimento das emissoras de rádio no Estado. O pioneirismo da radiodifusão tocan-tinense foi em Porto Nacional, com a Rádio Difusora do Tocantins. O prefeito da cidade, Antônio Poincaré Andrade, foi quem implantou a rádio em 1969.

(...) a emissora que funcionava em Ondas Médias e atingia, com suas ondas sonoras, cidades que se situavam a uma distância de aproximadamente 800 quilômetros de Porto Nacional, como era o caso de Araguaína. A programação dessa rádio variava entre uma programação musical com pedidos de ouvintes a programas de auditório (Rocha, 2006, p. 6).

A Rádio Difusora de Tocantins direcionava sua programação para programas de auditório e musicais ao estilo das emissoras FM. Na administração da Rádio Difusora do Tocantins estava Dinorah José Costa Andrade, esposa do então prefeito, que também chegou a apresentar programas na emissora. Porém, segundo Paixão e Rocha (2018), um dos papéis dessa emissora foi de catalisadora do movimento pela autonomia de Tocantins, então parte de Goiás, mostrando mais uma vez a influência política na história do rádio no Tocantins.

Outro fato que interliga política e rádio é a Rádio Son Araguaia. Ela pertencia ao empresário e político brasileiro Benedito Ferreira, o Benedito Boa Sorte. Em 1978, ele foi escolhido senador biônico³, de forma indireta, pela ditadura militar. Assim, a Rádio Son Araguaia tinha forte ligação com a política local. A emissora funcionava por meio das caixas de som instaladas nos postes de energia, em Araguaína. Conforme o pesquisador Otávio Barros Silva (2003), a rádio foi fechada pela Polícia Federal.

“Os ‘puxa-sacos’ do senador Boa Sorte resolveram utilizar esse meio de comunicação para atacar o rádio no Tocantins: o processo de implantação e consolidação das primeiras emissoras adversários. O ouvinte e as vítimas, que foram prejudicadas, resolveram tomar providência e a emissora acabou fechada” (O rádio no Tocantins, 2017).

O deputado federal Antônio Aires Totó Cavalcante também recebeu uma concessão e colocou no ar a Rádio Independência do Tocantins (RIT), na então Paraíso do Norte, em 1980. A emissora marcou a história do rádio no norte goiano, dedicando-se a divulgar músicas de artistas locais. Ademir Barbosa Rego integrou a primeira equipe da emissora com os programas de forró Encontro com o Nordeste e Forró no Pé da Serra. Além desses, ele também apresentou o esportivo Bola ao Centro e acompanhou todo esse processo.

A Rádio Independência era parceira dos movimentos culturais que criaram o Festival da Música Sertaneja e o Festival de Música Popular de Paraíso (FEMUPP). Nomes como Genésio Tocantins, Juraildes da Cruz, Nenê Bragança, Everton dos Andes, Dorivan, Branco Barros, William Cavalcante, Di Ambrósio, Orley Massoli, entre outros.

Os políticos do antigo norte goiano eram donos da maioria das emissoras de rádio da região. O então deputado federal Siqueira Campos, ainda no governo do general João Figueiredo, foi um dos parlamentares que recebeu concessões para implantar emissoras de rádio no Estado. O decreto nº 87.615, de 21 de setembro de 1982, comprova a autorização: “Decreto nº 87.615, de 21 de setembro de 1982, outorga concessão à RÁDIO SIQUEIRA CAMPOS LTDA para estabelecer uma estação de radiodifusão sonora em onda média de âmbito regional, na cidade de Colinas, Estado do Goiás” (Brasil, 1982).

Siqueira Campos conseguiu, ainda, a concessão de mais três emissoras: Rádio Cultura de Miracema (RCM), em 1982; Rádio Tocantins, de Tocantinópolis, em 1983; e uma emissora em Porto Nacional, que não chegou a ser inaugurada sob seu comando. Outra emissora importante na história da comunicação é a Rádio Araguaína AM. Ela pertencia ao ex-prefeito de Goiânia e então ocupante do segundo mandato de deputado federal pelo estado, Jaime Câmara.

Com a promulgação da atual Constituição brasileira, em 1988, e a criação do Estado do Tocantins, foi por meio das ondas do rádio que os ouvintes comemoraram, pela frequência de 1480 khz, da Rádio Cultura, a criação do novo Estado.

A história do início das transmissões radiofônicas no território se confunde com a da própria formação do estado tocantinense por ter sido a principal porta-voz dos anseios da população em busca de uma autonomia político-administrativa em relação a Goiás (Paixão; Rocha, 2018, p.74).

³ O termo senador biônico foi dado aos parlamentares escolhidos diretamente pelo governo para ocupar um terço das cadeiras do Senado, nos últimos anos da ditadura militar. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadoBrasil/os-senadores-bionicos-pacote-abril.htm>. Acesso em 21 out. 2024.

Mesmo com a nova legislação da radiodifusão de 1998, a concentração de emissoras de rádio nas mãos de políticos continuava. O coronelismo radiofônico é apresentado por Nôleto (2011), que destaca a Lei nº 9.612/1998, que criou o serviço Radiodifusão Comunitária - RadCom, e o decreto nº 2.615/1998, que regulamentou a referida lei.

Com o artigo 10, ficaria difícil dos políticos terem mais de uma concessão de rádio, é quando neste instante surgem as associações, do dia pra noite, ou pessoas ligadas a esses políticos, que se tornam donos de rádios sem condições nenhuma de assumir um meio de comunicação de grande importância. (Nôleto, 2011, p. 36).

Em 1986, em Cristalândia, a futura deputada federal Maria do Socorro Gomes Coelho recebeu a concessão da Rádio Cristal. Em Porto Nacional, a primeira concessão para operar uma emissora também saiu para o deputado Siqueira Campos, em março de 1985. Mas a emissora, a Rádio Anhanguera AM, só foi inaugurada em 30 de setembro de 1988, quando foi repassada às Organizações Jaime Câmara, e que inaugurou a Rádio Araguaia FM, primeira emissora FM do norte goiano. Já em 1989, Benedito Boa Sorte conseguiu a concessão para retomar as transmissões da Rádio Son Araguaia, transformando a emissora em Rádio Tocantins FM.

Seguindo a linha do tempo da história do Tocantins, em 1990 ocorreu a mudança definitiva dos poderes constituídos para a nova capital, Palmas. Apesar de ser a capital do novo Estado, a cidade não possuía emissora de rádio que tivesse a concessão local. A maioria era de rádios de outros municípios, cujo sinal das ondas hertzianas alcançava Palmas. Apenas em 1995 surgiu a primeira rádio da Capital, a 96 FM. Segundo Paixão e Rocha (2018), a inauguração foi um marco na história.

A inauguração da emissora foi marcada por uma festa realizada no Teatro Fernanda Montenegro, onde o então governador do Estado, José Wilson Siqueira Campos, simbolicamente, acionou os transmissores da emissora e, na sequência, direcionou-se aos estúdios, onde participou de uma entrevista. Durante seus primeiros meses, a Rádio Palmas FM se dedicou à transmissão de poucos programas, dentre eles, A Voz do Tocantins. Na maior parte do tempo, a programação se dedicava à apresentação de números musicais. (Paixão, Rocha, 2018, p.88)

As emissoras tocantinenses continuaram se disseminando por todo o Estado. Com a possibilidade das rádios comunitárias, muitas cidades consideradas pequenas conseguiram uma concessão de rádio.

Uma das rádios foi a da Universidade Federal do Tocantins, a UFT FM. Apesar de ter sido autorizada ainda em 2011, ela foi inaugurada somente em 2016. A emissora foi a primeira rádio efetivamente de caráter educativo do Tocantins, seguindo a proposta de rádios educativas, com transmissão de programas educativo-culturais, além de atuar em conjunto com os sistemas de ensino de qualquer nível ou modalidade.

Panorama das rádios tocantinenses

A partir da atualização do Mapa da Mídia do Tocantins em 2024, apresentamos um panorama das rádios tocantinenses, que revela um cenário diversificado, com a existência de 90 emissoras distribuídas entre três categorias: rádios Educativas, Comunitárias e Comerciais. Dentre as 90 rádios, três são educativas, 42 são comunitárias e 45 são comerciais, evidenciando uma predominância das rádios comunitárias

e comerciais no estado⁴. As rádios comerciais estão concentradas nos maiores centros urbanos, como Palmas, Araguaína e Gurupi, enquanto as comunitárias se localizam em municípios menos populosos.

A distribuição geográfica dessas rádios reflete as particularidades de cada região, com maior concentração no Norte (na Região Intermediária de Araguaína), onde existem 37 rádios, sendo duas emissoras educativas, 17 comunitárias e 18 comerciais. Essa concentração no Norte indica a relevância da comunicação local para a população da região, que é também a mais populosa do Tocantins, com 629 mil habitantes, segundo o Censo Demográfico (IBGE, 2022), destacando-se os municípios de Araguaína, Colinas do Tocantins, Guaraí e Araguatins.

O centro do Tocantins, correspondente à Região Intermediária de Palmas, com uma população de 618.740 habitantes (IBGE, 2022), também se destaca, abrigando 30 rádios, das quais duas são educativas, 17 comunitárias e 11 comerciais. Essa região é o local da capital Palmas, a maior cidade do estado, além de outros municípios importantes como Porto Nacional, Paraíso do Tocantins e Miracema do Tocantins.

A Região Intermediária de Gurupi, no sul do Tocantins, com 262.853 habitantes (IBGE, 2022), tem apenas 23 rádios, sendo uma educativa, nove comunitárias e 13 comerciais. Essa é a região menos populosa do estado, com menor número de municípios: 32, contra 42 na região Central e 65 no Norte. No Sul, apenas Gurupi figura entre os dez municípios mais populosos. Das 23 rádios da região, nove estão em Gurupi, sendo uma educativa, uma comunitária e sete comerciais.

O Tocantins também é dividido em 11 regiões imediatas pelo IBGE, sendo a mais populosa a de Palmas, com 333.542 habitantes (IBGE, 2022). Essa região abriga o maior número de rádios no estado, com 16 emissoras, sendo duas educativas, oito comunitárias e seis comerciais. Somente o município de Palmas, com 323.625 habitantes, concentra 13 dessas rádios, destacando-se como o principal centro de radiodifusão do estado.

Esse cenário reflete a importância da radiodifusão na comunicação e na prestação de serviços à população da capital e seu entorno, que se estende até os municípios do Jalapão. Segundo Paixão e Rocha (2018), o fortalecimento das rádios no Tocantins, iniciado em Palmas, remonta ao início dos anos 2000, com a criação da Rádio Palmas FM, a primeira emissora da capital. Os autores destacam que, desde a criação do Tocantins em 1988, as emissoras de rádio se concentram nos principais centros urbanos do estado.

A concentração de rádios comerciais na região central revela a predominância do setor privado na radiodifusão local, enquanto as rádios comunitárias desempenham um papel importante na integração das comunidades. No entanto, destaca-se que, mesmo com uma distribuição relativamente equilibrada, a menor quantidade de rádios está na Região Imediata de Tocantinópolis, com apenas duas rádios comunitárias, localizadas em Tocantinópolis e Maurilândia do Tocantins. Essa região, com aproximadamente 46 mil habitantes distribuídos por oito municípios, enfrenta desafios de comunicação devido à sua localização isolada e baixa densidade populacional.

⁴ Apesar do aparente equilíbrio entre o número de rádios comunitárias e comerciais, destacamos que, ao nível de regiões intermediárias, a diferença entre a quantidade dos dois tipos de rádio apresenta a mediana de cinco rádios.

O panorama das rádios no Tocantins em 2024 reflete a diversidade e a importância da radiodifusão em várias regiões do estado. Enquanto as áreas mais populosas concentram mais emissoras, garantindo uma comunicação mais ampla, as regiões mais remotas, como Tocantinópolis, possuem menos rádios, o que demonstra as dificuldades de acesso à comunicação nessas áreas.

Outro ponto relevante é o aumento do número de rádios no Tocantins, de 70 em 2020 para 90 em 2024. Esse crescimento é atribuído, em grande parte, à expansão das web rádios, uma tendência observada no levantamento anterior. Portanto, é importante destacar que, em 2024, o mapeamento considerou tanto as rádios convencionais quanto as web rádios, que operam exclusivamente pela internet.

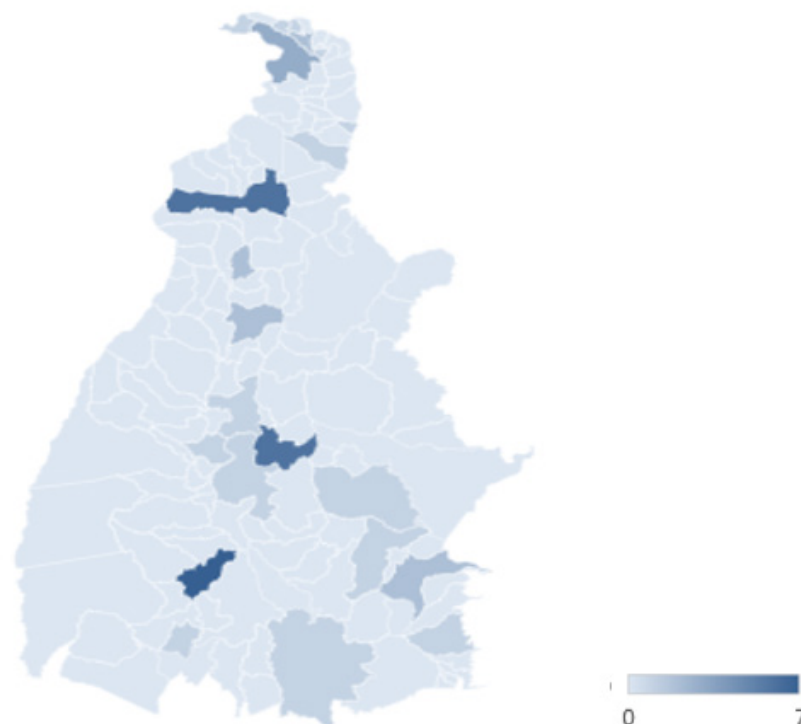
As web rádios utilizam a internet como meio de transmissão, em vez das ondas hertzianas tradicionais (AM ou FM), permitindo que o conteúdo seja acessado globalmente, superando as limitações geográficas das rádios convencionais. “O rádio na internet é um veículo de comunicação que está ainda galgando seu espaço no emaranhado de possibilidades que a tecnologia propicia”, destacou Pacheco (2010, p. 13) ao discorrer sobre o conceito de web rádio.

A comparação entre os levantamentos de 2020 e 2024 também revelou que alguns municípios, como Pau D’Arco, no norte do Tocantins, perderam suas emissoras locais, indicando uma retração das rádios convencionais em algumas áreas. Em contrapartida, novas web rádios surgiram, como a Rádio Ponto News, em Palmas, exemplificando a transição do setor para as novas tecnologias e hábitos de consumo de conteúdo via internet.

O contraste entre o número de rádios cadastradas e aquelas efetivamente em operação merece destaque. De acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), há 189 emissoras de rádio FM registradas no estado do Tocantins. No entanto, o estudo realizado em 2024 considerou apenas as emissoras ativas, totalizando 90. A Anatel não fornece informações específicas sobre quais emissoras estão em funcionamento atualmente. Por essa razão, foi conduzida uma verificação individual de cada emissora, na qual se constatou que apenas 90 estavam em operação. Um exemplo é a Rádio Barrolândia FM 104,9, situada no município de Barrolândia, que, embora conste no cadastro da Anatel, encerrou suas atividades em 2019.

O levantamento apontou 45 rádios comerciais em funcionamento no estado, sendo 11 presentes na região Central, 21 no Norte e 13 no Sul. As rádios comerciais estão distribuídas em 22 municípios, mas as três cidades mais populosas do estado, Palmas, Araguaína e Gurupi concentram o maior número de rádios comerciais por localidade. Em contrapartida, 14 municípios possuem apenas uma rádio comercial: Miracema do Tocantins, Porto Nacional, Ponte Alta do Tocantins, Buriti, Aguiarnópolis, Axixá, Darcinópolis, Esperantina, Carrasco Bonito, Alvorada, Paranã, Arraias e Taguatinga. Dessa forma, nestes locais não se configuram concorrências na categoria publicitária, que marca o tipo de rádio.

Figura 01. Distribuição de rádios comerciais no Tocantins



Fonte: Elaborado pelos autores.

Neste sentido, é possível observar que nas rádios comerciais há casos em que uma mesma rádio possui sedes em diferentes municípios: a rádio CBN Tocantins em Palmas e Araguaína; a rádio Araguaia, em Araguaína e Gurupi; a rádio Conexão em Palmas e Dianópolis; a rádio Líder em Paraíso do Tocantins e Colinas do Tocantins; e a rádio Hits em Palmas, Guaraí, Colinas do Tocantins, Augustinópolis, Dianópolis, Arraias e Taguatinga. O que pode indicar a possibilidade de uma concentração dos espaços de publicidade nas empresas responsáveis pelas concessões⁵.

Além disso, registra-se a expansão da cobertura dessas rádios pelo estado, como é exemplificado pela CBN Tocantins. A emissora foi implantada em 31 de março de 2011 e trouxe o conceito de rádio All-News para o Estado, completando 13 anos de existência em março de 2024⁶. A emissora é concessionada na cidade de Porto Nacional, porém a sede se encontra em Palmas. Em 16 de dezembro de 2016, a CBN Tocantins obteve uma expansão, quando foi inaugurada a microgeradora da CBN Tocantins em Araguaína, no Norte do Estado, substituindo outra rádio existente no local⁷.

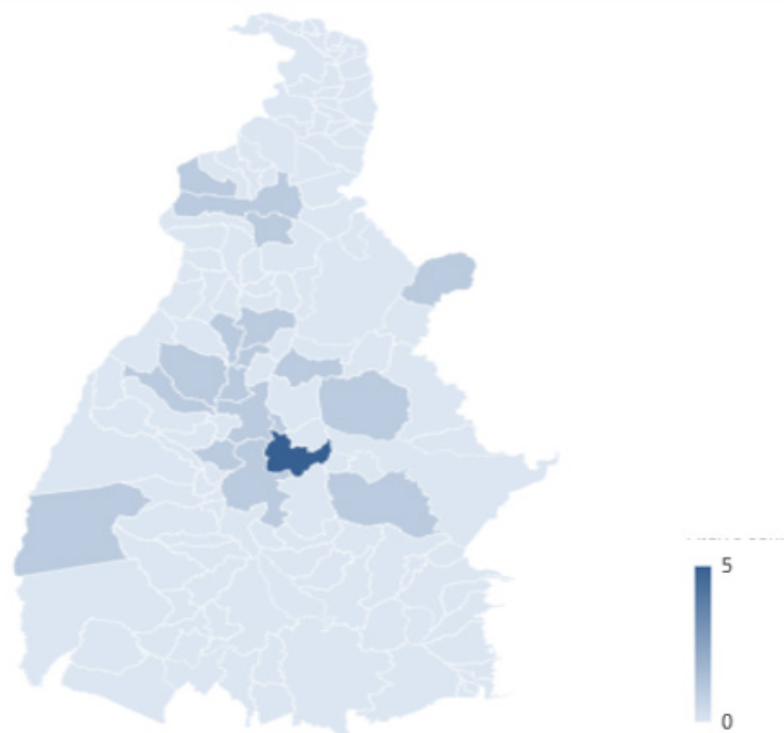
5 A pesquisa pode ser ampliada para investigar como se comporta a parte de conteúdo nestes casos em que uma rádio possui concessões em diferentes cidades. Outro aspecto importante a ser ampliado ao considerar o conteúdo é o papel que estas rádios possuem na contribuição da manutenção da cidadania.

6 Apesar de o mapeamento de rádios realizado ter considerado o status de funcionamento das rádios até setembro de 2024, destaca-se neste caso que, em 31 de dezembro de 2024, a rádio CBN Tocantins encerrou suas atividades no Estado, tanto na capital, Palmas, quanto no município de Araguaína, marcando o fim da presença de uma rádio All-News no Tocantins. Nas frequências 101,9 MHz e 106,3 MHz foram transmitidas músicas a partir do dia 01 de janeiro de 2025 e posteriormente, no dia 04 de fevereiro de 2025, foi inaugurada oficialmente, nestas mesmas frequências, a operação da Rádio Executiva (Cavalcante, Silveira, 2025), que possui programação direcionada para música, cultura e entretenimento. Ressalta-se que esta mudança não afetou os dados do mapeamento, considerando que ambas as rádios, a que foi substituída (CBN Tocantins) e a substituta (Rádio Executiva), se tratam de rádios comerciais. Além disso, prevalecem as inferências sobre a concentração de espaços de publicidade em empresas responsáveis pelas concessões, observando que a mesma rádio possui sedes em diferentes municípios, neste caso a Rádio Executiva, com a presença da rádio em uma cidade de outro Estado, Goiânia (GO).

7 Tanto a CBN Tocantins em Palmas quanto a localizada em Araguaína foram implantadas substituindo outra rádio. Em Palmas, antes de se tornar CBN Tocantins, a emissora que operava na frequência 101.9 MHz era a rádio popular Araguaia FM, a primeira emissora de rádio que deteve a concessão para funcionar no então norte de Goiás, em 16 de fevereiro de 1977. E em Araguaína, substituindo a então Rádio Anhanguera, através da frequência 106.3 MHz.

O levantamento mostrou que há 43 rádios comunitárias em funcionamento no Tocantins, sendo 17 na região Central, 16 no Norte e nove no Sul. Ao todo, 38 municípios contam com rádios comunitárias, sendo Palmas a única cidade com mais de uma emissora comunitária (cinco no total). Além da capital, algumas cidades, como Araguaína, Gurupi e Porto Nacional, também possuem rádios comunitárias.

Figura 02. Distribuição de rádios comunitárias no Tocantins.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Por outro lado, 27 municípios tocantinenses têm apenas uma rádio comunitária e é o único meio de comunicação em muitos desses lugares, abrangendo distritos e cidades vizinhas. A maioria desses municípios possui população inferior a cinco mil habitantes, como Luzinópolis, com 2.717 moradores, onde está localizada a Rádio Luz, na região do Bico do Papagaio. Outro exemplo é Mateiros, que tem 2.748 habitantes e abriga a Rádio Dunas, no Parque Ecológico do Jalapão. Já em Porto Alegre do Tocantins, que conta com 2.866 habitantes, funciona a Rádio Porto Alegre FM.

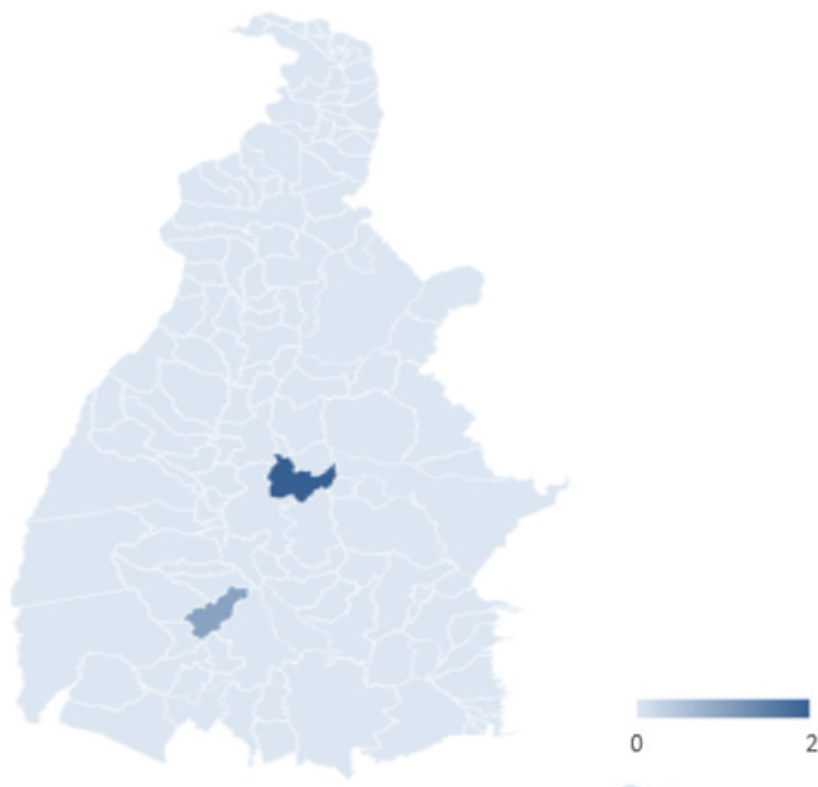
Essas rádios comunitárias em municípios pequenos destacam a importância dessas concessões, pois a baixa audiência dificilmente atrairia rádios comerciais. Regiões como o Bico do Papagaio, o Jalapão e o Sudeste do Tocantins, de baixa atividade econômica, dependem dessas emissoras para exercer um papel significativo nas mídias locais. Conforme Peruzzo (2024, p. 131), as rádios comunitárias prestam importantes “serviços de informação, entretenimento, mobilização e conscientização, com inclinação ao trabalho de educação informal para a cidadania, conforme a área de atuação”.

As rádios comunitárias podem ser consideradas exemplos significativos de Comunicação Comunitária e Popular, pois servem às comunidades locais, proporcionando uma plataforma de disseminação de informações, expressão cultural e, principalmente, contribuindo para a emancipação de populações marginalizadas por meio de seu papel educativo. Dessa forma, elas desempenham uma função crucial na

promoção da participação cidadã e na democratização da comunicação, especialmente em localidades remotas, como a maioria das rádios comunitárias do Tocantins.

O panorama das rádios educativas no Tocantins, por outro lado, ainda é bastante limitado, com apenas três emissoras em funcionamento: duas em Palmas (Rádio Unitins e Rádio UFT FM) e uma em Gurupi (Rádio Unirg FM), todas vinculadas a instituições públicas de ensino superior. Nota-se a ausência de rádios educativas na região Norte do Tocantins, uma área vasta com grande necessidade de maior acesso a conteúdos educativos e informativos.

Figura 03 - Distribuição de rádios educativas no Tocantins.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Essa carência de emissoras educativas no norte do estado representa um desafio para a democratização da comunicação e o fortalecimento da educação nessas localidades. De acordo com Ferraretto (2001), as rádios educativas desempenham um papel fundamental na disseminação do conhecimento, cumprindo uma função social relevante ao oferecer informação de qualidade, conteúdo educativo e cultural, visando à formação de uma cidadania mais consciente e participativa.

Considerações finais

O mapeamento das rádios tocantinenses em 2024 evidencia a relevância desses veículos de comunicação na integração das diversas regiões do estado. As rádios desempenham um papel fundamental na promoção da cultura local, na disseminação de informações e no fortalecimento da cidadania, especialmente em áreas de difícil acesso. Com a diversidade de emissoras, sejam elas comerciais, comunitárias e educativas, fica evidente como esses meios de comunicação se adaptam às diferentes realidades

socioeconômicas e geográficas do Tocantins, refletindo as particularidades locais e ampliando o acesso à informação.

Além disso, o levantamento mostrou o papel essencial das rádios comunitárias, especialmente nas regiões menos povoadas, onde elas são frequentemente os únicos veículos de comunicação disponíveis. Isso reforça a importância dessas emissoras no atendimento das necessidades locais, seja no fornecimento de informações de utilidade pública, seja na promoção da participação social. As rádios comerciais e educativas, por sua vez, contribuem para uma programação mais diversificada e acessível, mas enfrentam desafios relacionados à cobertura e à sustentabilidade em áreas menos desenvolvidas.

Em suma, o mapeamento destaca o panorama atual das rádios no Tocantins, refletindo as diversidades, desigualdades regionais e um cenário em constante transformação. A inclusão de novas tecnologias, como as web rádios, aponta para a adaptação desse setor às mudanças nos hábitos de consumo e à crescente digitalização. No entanto, ainda existem desafios, como a necessidade de ampliar a presença de rádios educativas em áreas carentes, o que poderia contribuir para o desenvolvimento educacional e cultural dessas regiões.

Referências

BARBOSA, M. História da comunicação no Brasil. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2013.

BRASIL. Decreto nº 87.615, de 21 de Setembro de 1982. Outorga concessão à RÁDIO SIQUEIRA CAMPOS LTDA. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/1980-1984/D87615.htm. Acesso em: 02 de out. 2024.

CAVALCANTE, Stefani; SILVEIRA, Carolina. Música, entrevistas e informação: Rádio Executiva FM apresenta grade de programação durante lançamento no Tocantins. G1 Tocantins, 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2025/02/04/musica-entrevistas-e-informacao-radio-executiva-fm-apresenta-grade-de-programacao-durante-lancamento-no-tocantins.ghtml>. Acesso em: 08 de fev. 2025.

FERRARETTO, L. De 1919 a 1923, os primeiros momentos do rádio no Brasil. Revista Brasileira de História da Mídia, v. 3, n. 1, 2014. Disponível em: <http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/3961/2299>. Acesso em: 02 de out. 2024.

FERRARETTO, L. Rádio: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. A divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias: 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/regioes_geograficas/#/home. Acesso em: 10 out. 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico 2022: resultados preliminares. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 out. 2024.

INTERVOZES. Uma história de apropriação do público pelo privado, novembro de 2007. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc.pdf>. Acesso em: 02 de out. 2024.

NOLÊTO, A. S. Nas Ondas do Rádio: o coronelismo eletrônico no Tocantins. Monografia (Curso de História). Faculdade Integrada de Ensino Superior de Colinas (Fiesc), 2011.

O RÁDIO NO TOCANTINS. Na Memória do Rádio. Palmas: Rádio UFT FM, 24 de maio de 2017. Programa de Rádio. Disponível em: <https://docs.uft.edu.br/share/s/EbslNkwjSEmVfLxjCTUC0A>. Acesso em: 02 de out. 2024.

PACHECO, A. A estrutura da webrádio. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2010.

PAIXÃO, C. C.; ROCHA, L. V.. O rádio no Tocantins: o processo de implantação e consolidação das primeiras emissoras. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 09, n. 01, pp. 71-92, jan./jun. 2018.

ROCHA, W. V. da. Uma história local do Rádio: ondas magnéticas “livres” e privadas em Porto Nacional. 1968 – 1990. Monografia (Curso de História), Universidade Federal do Tocantins (UFT), 2006.

SILVA, O. B. História da Imprensa do Tocantins. Palmas: Cartográfica, 2003.

Webjornalismo na região central do Tocantins: dinâmicas e características

Marina Parreira Barros Bitar
Joice Danielle Nascimento Pereira

Este capítulo analisa os principais sites jornalísticos da região central do Estado, presentes no Mapa da Mídia do Tocantins, destacando o jornalismo especializado, generalista e as características das rotinas produtivas locais, além de trazer atualizações sobre o número de veículos jornalísticos da região. O webjornalismo emergiu no Tocantins na década de 1990, impulsionado pela expansão da internet comercial no Brasil, de forma inicial na região Norte do Estado, em Augustinópolis, estabelecendo as bases para o desenvolvimento do jornalismo digital em terras tocantinenses. A partir desse ponto, diversos veículos de mídia migraram para o ambiente digital ou surgiram como nativos digitais, especialmente na região de Palmas, onde se concentra a maioria das iniciativas de webjornalismo.

Segundo o IBGE (2017), Palmas é uma das regiões intermediárias do Tocantins e compreende 42 municípios, que estão distribuídos em quatro regiões geográficas imediatas. Para este trabalho, foram levados em consideração os municípios pertencentes à Região Intermediária de Palmas, que possuem algum site jornalístico identificado pelo Mapa da Mídia no Tocantins⁸. O levantamento realizado em 2020 registrou 49 sites jornalísticos ativos na Região de Palmas, evidenciando um cenário dinâmico e em constante transformação. Esse movimento de digitalização da mídia local reflete não apenas uma adaptação às novas tecnologias, mas também a expansão do alcance dessas plataformas, que agora cobrem temas além dos limites geográficos do Estado.

O presente capítulo propõe-se a explorar as dinâmicas de produção do webjornalismo nos municípios que compõem a Região de Palmas, analisando a diversidade de conteúdos - entre especializados, do Tocantins e para além do Tocantins - e a estrutura dos veículos das cidades de Palmas, Paraíso do Tocantins, Porto Nacional, Aparecida do Rio Negro e Miracema. A análise se baseia em dados do Mapa da Mídia, por meio de uma pesquisa descritiva e exploratória sobre os sites selecionados - T1 Notícias, Jornal do Tocantins, Mira Jornal, Folha do Jalapão, Portal Benício e O Paralelo 13 - buscando traçar um panorama e discutir a prática jornalística digital no contexto local e regional.

Webjornalismo nos municípios da Região Intermediária de Palmas

De acordo com Liana Vidigal Rocha (2019), o webjornalismo no Tocantins começa a se desenvolver nos primórdios da internet comercial no Brasil, em 1995. O marco para as incursões do Estado mais jovem da Federação no universo do jornalismo on-line se dá segundo a pesquisadora, quando “Anderson Dias da Silva cria a versão digital do jornal A Voz do Bico, em Augustinópolis, na região conhecida como Bico do Papagaio, no extremo norte do Estado” (Rocha, 2019, p.5).

8 Veículos de Comunicação no Tocantins. Disponível em: <https://bit.ly/4dWNNFg>. Acesso em: 20 set. 2024.

A partir desse momento histórico, outros veículos de notícias do Estado, que se destacavam pelo impresso, passam a migrar para versões digitais, bem como começam a surgir também novos veículos totalmente nativos digitais. Rocha (2019) comenta ainda que é a partir de 2005 que o universo do webjornalismo tocantinense torna-se mais movimentado com o surgimento dos principais veículos jornalísticos do Estado, que em sua maioria, permanecem ativos na contemporaneidade.

Tomando como base a última atualização do Mapa da Mídia realizada em 2020, foram catalogados 85 websites de notícias distribuídos por todo o Estado do Tocantins, dos quais 49 deles estavam sediados na Região Geográfica Intermediária de Palmas. Conforme as informações reunidas pelo levantamento do Mapa da Mídia, 38 destes sites jornalísticos contemplavam a cidade de Palmas, capital do Tocantins, bem como Taquaruçu, que é um distrito de Palmas, localizado a aproximadamente 40 km de Palmas; quatro sites estavam localizados em Paraíso do Tocantins; três em Porto Nacional; dois em Miracema, um em Miranorte; um em Pium e um em Aparecida do Rio Negro, somando o total de 50 veículos na região de Palmas.

Atualmente, quatro destes sites jornalísticos já não estão mais ativos. Os veículos Ecos do Tocantins, de Pium; Correio do Estado e Jornal Estrondo, ambos de Paraíso; e Página Aberta, de Palmas, deixaram de funcionar. Também houve mudanças no que se refere à sede dos veículos. O “O Jornal”, por exemplo, antes fixado em Miranorte, atualmente está estabelecido na capital, Palmas. Em contrapartida, nesse período, entre 2020 e 2024, outros sites de notícias surgiram na Região Intermediária de Palmas. Hoje, a partir dos dados coletados para a nova atualização do Mapa da Mídia, a região atingiu o número de 79 sites de notícias ativos. Desse total, 63 possuem sede na capital, Palmas. Outros municípios, como Porto Nacional e Paraíso do Tocantins, ampliaram o número de veículos e o município de Lagoa da Confusão passou a contar com um site jornalístico.

Quadro 01. Veículos jornalísticos da região de Palmas catalogados pelo Mapa da Mídia

VEÍCULOS DA REGIÃO DE PALMAS CATALOGADOS NO MAPA DA MÍDIA-TO		
Nome do veículo	Cidade sede	Situação
Folha do Jalapão	Aparecida do Rio Negro	Ativo
O Jornal	Miranorte	Ativo
Portal LJ	Miracema	Ativo
Mira Jornal	Miracema	Ativo
O Girassol	Palmas	Ativo
Tocantins Hoje	Palmas	Ativo
No Vitrine	Palmas	Ativo
Portal Stylo	Palmas	Ativo
Jornal do Tocantins	Palmas	Ativo
Jornal O Coletivo	Palmas	Ativo

Folha Capital	Palmas	Ativo
g1 Tocantins	Palmas	Ativo
ge.globo/tocantins	Palmas	Ativo
Conexão Tocantins	Palmas	Ativo
T1 Notícias	Palmas	Ativo
Jornal Opção Tocantins	Palmas	Ativo
Giro 360 Tocantins	Palmas	Ativo
Portal CT	Palmas	Ativo
Rede TO	Palmas	Ativo
Tocantins Rural	Palmas	Ativo
Palmas 360	Palmas	Ativo
Esporte Mais TV	Palmas	Ativo
Esporte Ajax Tocantinense	Palmas	Ativo
Jalapão Notícias	Palmas	Ativo
Vida e Harmonia	Palmas	Ativo
Guia Turístico e Ecológico	Palmas	Ativo
Just Tocantins	Palmas	Ativo
Giro Tocantins	Palmas	Ativo
Palmas Notícias	Palmas	Ativo
Tocantins em Foco	Palmas	Ativo
Seu Tocantins	Palmas	Ativo
Tocantins Cultural	Palmas	Ativo
Canal 63	Palmas	Ativo
Portal Agora Tocantins	Palmas	Ativo
Palmas Mil Grau	Palmas	Ativo
Interativo Político	Palmas	Ativo
Tocantins em Voz	Palmas	Ativo
Alô Esporte	Palmas	Ativo
Orla Notícias	Palmas	Ativo
JM Notícias	Palmas	Ativo
Jornal Primeira Página	Palmas	Ativo
Norte Agropecuário	Palmas	Ativo
Portal Wilson Coelho	Palmas	Ativo
TO Cult	Palmas	Ativo

Agência Tocantins	Palmas	Ativo
Perfil TO	Palmas	Ativo
Documenta Tocantins	Palmas	Ativo
Diário do Tocantins	Palmas	Ativo
Tocantins 24H	Palmas	Ativo
Tocantins Econômico	Palmas	Ativo
O Estado do Tocantins	Palmas	Ativo
Sou de Palmas	Palmas	Ativo
O Correio Popular	Palmas	Ativo
Canal Engenho	Palmas	Ativo
Portal Araguaia	Palmas	Ativo
Toca News	Palmas	Ativo
Cerrado Rural	Palmas	Ativo
Tocantins News	Palmas	Ativo
Portal Jaciara Barros	Palmas	Ativo
Página Aberta	Palmas	Inativo
Gazeta do Cerrado	Palmas	Ativo
TV Jalapão	Palmas	Ativo
R1 Palmas	Palmas	Ativo
Luiz Armando Costa	Palmas	Ativo
Blog do HP	Palmas	Ativo
Primeira Pauta	Palmas	Ativo
Rede Jovem News	Palmas	Ativo
Aurora News	Palmas	Ativo
Portal Benício	Paraíso do Tocantins	Ativo
Surgiu	Paraíso do Tocantins	Ativo
Jornal Estrondo	Paraíso do Tocantins	Inativo
Correio do Estado	Paraíso do Tocantins	Inativo
Onlines de Paraíso	Paraíso do Tocantins	Ativo
Vale Araguaia Notícias	Paraíso do Tocantins	Ativo
TO Notícias	Paraíso do Tocantins	Ativo
Central TO Notícias	Paraíso do Tocantins	Ativo
Notícias 105 Tocantins	Paraíso do Tocantins	Ativo
Ecos do Tocantins	Pium	Inativo

Jornal Porto News	Porto Nacional	Ativo
Sou Mais Notícias	Porto Nacional	Ativo
Jornal Cidade do Tocantins	Porto Nacional	Ativo
O Paralelo 13	Porto Nacional	Ativo
Eu Amo Lagoa	Lagoa da Confusão	Ativo

Fonte: Elaboração própria, 2024.

Dentro das dinâmicas de produção jornalística dos veículos que estão localizados na Região Intermediária de Palmas, pode-se observar algumas características gerais. Além de grande parte dos veículos de notícias on-line se concentrarem na capital, a maioria dos sites se dedica a notícias que vão além dos acontecimentos vivenciados dentro dos limites territoriais da cidade e do Estado. Inclusive, muitos dos veículos possuem editorias destinadas às notícias do Brasil e do mundo, ou ainda uma editora destinada a assuntos gerais, que abarcam diferentes tipos de conteúdos noticiosos. Alguns também já dedicam seções para produções de matérias sobre conteúdos que se tornam virais nas redes sociais. Os temas predominantes nas notícias que destacam o cenário nacional são política, decisões judiciais e investigações policiais com grandes desdobramentos, além de entretenimento e esportes. Já na conjuntura internacional, temas como conflitos armados e as relações diplomáticas deterioradas entre países do Leste Europeu e do Oriente Médio se destacam, muito pelo contexto de acirramento dos conflitos vivenciados nos últimos três anos.

Quadro 02. Classificação dos sites catalogados pelo Mapa da Mídia quanto ao direcionamento das publicações

CLASSIFICAÇÃO DOS SITES QUANTO ÀS PUBLICAÇÕES		
Especializados	Notícias do Tocantins	Notícias para além do TO
ge.globo/tocantins	g1 Tocantins	Jornal do Tocantins
TO Cult	Folha do Jalapão	Orla notícias
Canal Engenho	Tocantins News	Surgiu
Tocantins Econômico	Portal Jaciara Barros	Portal Benício
Norte Agropecuário	No Vitrine	Conexão Tocantins
Cerrado Rural	Perfil TO	Portal Stylo
Esporte Ajax Tocantinense	Portal Wilson Coelho	Jornal Porto News
Tocantins Rural	O Estado do Tocantins	Folha Capital
Esporte Mais TV	Jornal O Coletivo	Agência Tocantins
Alô Esporte	Portal CT	O Correio Popular
Tocantins Cultural	Jornal Primeira Página	Tocantins 24 H
Guia Turístico e Ecológico	Palmas Notícias	Sou de Palmas

	Documenta Tocantins	Portal Cleiton Pinheiro
	Tocantins News	Portal Araguaia
	O Jornal	Toca News
	O Girassol	Diário do Tocantins
	Primeira Pauta	T1 Notícias
	Interativo Político	Portal Agora
	Jornal Opção Tocantins	JM Notícias
	Canal 63	Rede TO
	Tocantins em Foco	O Paralelo 13
		Gazeta do Cerrado
		Mira Jornal
		Jornal Cidades do Tocantins
		Blog do HP
		Luiz Armando Costa
		TV Jalapão
		R1 Palmas
		Vida e Harmonia
		Eu Amo Lagoa
		Giro Tocantins
		Central TO Notícias
		Palmas Mil Grau
		Portal Araguaia
		Just Tocantins
		Rede Jovens News
		Jalapão Notícias
		Aurora News
		Tocantins em Voz
		Onlines de Paraíso
		Vale Araguaia Notícias
		Sou Mais Notícias
		Palmas 360
		Giro 360 Tocantins
		Seu Tocantins
		Notícias 105 Tocantins

Fonte: Elaboração própria, 2024.

Essas constatações vão ao encontro das discussões promovidas por Cicilia Peruzzo (2005), quando estuda os aspectos da chamada mídia local. A pesquisadora expõe que a mídia local explora as notícias geradas dentro de seu território geográfico de pertença e se ancora nesse conteúdo noticioso, mas não se fixa só em notícias apenas de suas regiões, pois não deixa de se valer do que chama de “vocação nacional”. (Peruzzo, 2005, p.75). Isso porque, de acordo com Peruzzo, trabalhar com notícias apenas de uma determinada localidade não configura como uma característica homog nea de veículos voltados para essas produções locais, dependendo muito da política editorial de cada veículo. Nesse contexto, argumenta que,

Para lá das dimensões geográficas, surge um novo tipo de território , que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc. Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física (Peruzzo, 2005, p.74).

Outro ponto que merece destaque dentro dessas dinâmicas de produção jornalística dos veículos do Estado, constatado pelo levantamento do Mapa da Média, diz respeito à pouca incidência de veículos especializados na Região Intermediária Palmas. Entre o total de veículos jornalísticos localizados na região, apenas 12 se dedicam a conteúdos voltados para assuntos específicos. Desses seis veículos contabilizados, quatro voltam-se diretamente para conteúdos sobre agronegócio, uma vertente que se destaca no contexto tocantinense por se constituir como a principal atividade econômica do Estado. Há também quatro sites dedicados ao conteúdo esportivo estadual, sendo um deles o ge.globo/tocantins, que é vinculado ao Grupo Jaime Câmara. Há também um veículo voltado para o tema de economia, dois veículos dedicados   produção cultural do Estado, além de um site voltado para informações sobre turismo e ecologia.

Sobre a especialização dos veículos jornalísticos, Frederico Tavares (2012) destaca que o Jornalismo Especializado tem a função de “intermediar tematicamente saberes específicos de uma maneira acessível ao público, buscando não apenas transmiti-los, mas também explic -los” (Tavares, 2012, p.108). Isso pode indicar uma certa peculiaridade do público tocantinense que se relaciona com o contexto formativo do Tocantins. Rocha, Soares e Araújo (2014) apontam que a população tocantinense tem uma preferência maior por assuntos voltados para pautas de política regional, tendência justificada por uma certa dependência econômica da população do Estado representada por atividades empregatícias relacionadas a empregos e ocupação de cargos públicos (Rocha; Soares; Araújo, 2014, p. 176). Os autores comentam ainda que essa temática específica torna os veículos mais influentes no contexto local. Além disso, o custo-benefício e o acesso mais facilitado do público via mecanismos tecnológicos fazem crescer mais veículos nessa área mais generalista.

Jornalismo especializado ou generalista?

Para a observação a respeito da presença do webjornalismo na região central do Tocantins, foram considerados veículos das cidades de Palmas, Paraíso do Tocantins, Miracema, Porto Nacional e

Aparecida do Rio Negro, localidades que fazem parte do espectro compreendido pela região geográfica Intermediária de Palmas, além de serem veículos jornalísticos digitais catalogados pela última edição do levantamento do Mapa da Mídia, realizada em 2020.

A observação empreendida é descritiva e leva em consideração a organização da página, os conteúdos jornalísticos produzidos, além de buscar compreender as dinâmicas produtivas dos veículos observados, dentro do contexto do webjornalismo. O intuito é trazer um panorama de como os sites da Região Intermediária de Palmas se desenvolvem no ambiente do webjornalismo, quais conteúdos privilegiam e a que público buscam atender. Vale mencionar que, da cidade de Palmas, detentora do maior número de veículos, foram escolhidos dois sites: um no centro de Palmas e um no distrito de Taquaruçu. Já nas cidades vizinhas, foram escolhidos um veículo em Porto Nacional, um em Paraíso do Tocantins e um em Miracema.

Com sede em Taquaruçu, distrito da capital localizado a aproximadamente de 40 km de Palmas, o T1 Notícias já nasce no ambiente digital, em 2008, no formato de blog. Sob a responsabilidade da jornalista Roberta Tum, posteriormente, com o aumento do interesse do público pelo conteúdo produzido, o então blog tornou-se um portal de notícias. Já o registro do domínio .com.br do site data de maio de 2012. O portal é dividido em seis editorias: Blog da Tum, cidades, entretenimento, Estado, radar jurídico e editais e também tem um espaço para uma coluna, denominada “Café Online”. O veículo utiliza as cores vermelho, branco e cinza. Quanto aos conteúdos produzidos pelo portal, a grande maioria das matérias dedica-se a temas diretamente ligados ao contexto do Tocantins, mas também há matérias que debatem questões que impactam o contexto brasileiro no geral.

A grande maioria das matérias é assinada como “redação” e apenas o Blog da Tum, agora dentro do portal, é assinado pela própria jornalista fundadora do veículo. Todos os conteúdos da página são de acesso livre e se utilizam de muitos materiais produzidos por assessorias de comunicação. Considerando a página do portal no geral, o T1 Notícias apresenta uma estrutura mais preenchida, com poucos espaços em branco, bem como também apresenta muitas publicidades. A linguagem utilizada pelo portal indica um meio-termo entre a formalidade e a informalidade, indicando um público-alvo mais diversificado, que alcança tanto um público de classe mais baixa quanto um público de classes mais altas. O portal também possui links que levam para as redes sociais do veículo.

Figura 01. Página principal do T1 Notícias



Fonte: Reprodução T1 Notícias, 2024.

Lançado em 1979 no formato impresso, o Jornal do Tocantins (JTO), sediado no centro de Palmas, entra no universo do webjornalismo no ano 2000, com a reprodução na íntegra da versão impressa no site. Anos mais tarde, especificamente em 2010, a versão online do Jornal do Tocantins foi repaginada, passando a trazer outras notícias para além das publicadas na versão impressa, mantendo-se nos dois formatos até em 2019, quando passou a ser disponibilizado exclusivamente em ambiente digital.

O veículo jornalístico, que faz parte do Grupo Jaime Câmara, conglomerado que se intitula o maior grupo de comunicação do centro-oeste do país, teve seu domínio.com.br do site registrado em 1996. Embora o nome do jornal remeta ao Estado, o site traz notícias do Tocantins, bem como também explora notícias que são destaque no cenário nacional e internacional a partir de matérias produzidas por agências de notícias. As cores utilizadas pelo site são vermelho, cinza e azul.

As matérias do site são escritas com uma linguagem mais formal, obedecendo às normas gramaticais, o que indica o perfil do público que o site busca atender, ou seja, um público com um nível escolar mais elevado. Os conteúdos também são assinados e, quando oriundos de agências de notícias, há um indicativo. O site é dividido em dez editorias: Últimas, Eleições, Cidades, Vídeos, Magazine, Esporte, Economia, Política, Opinião e Mundo, contando ainda com um espaço para charges, colunas e horóscopo. Os leitores também podem fazer uma assinatura por R\$ 5,90 para ter acesso à íntegra das informações. A página do Jornal do Tocantins também faz ligações com outros produtos do Grupo Jaime Câmara e mantém um padrão de página mais limpo, com poucas publicidades e com espaços entre as matérias, detalhes que proporcionam um alívio visual.

Figura 02. Página principal do Jornal do Tocantins



Fonte: Reprodução Jornal do Tocantins, 2024.

Fundado em 1992, em Miracema, o Mira Jornal também começou a circular na versão impressa, tanto em sua cidade sede, como em Palmas e em toda a região central do Tocantins, sob o comando de José Carlos de Almeida. O registro do domínio.com.br do veículo é de 2019. O site, que explora notícias do Tocantins, do cenário nacional e mundial, conta com as editorias: municípios; Estado; Brasil; mundo; política; educação; saúde; polícia; cultura; esporte; religião; entretenimento; rural; ciência, tecnologia; meio ambiente e economia. Para suprir todos os eixos de cobertura, o veículo utiliza em sua maioria dados provenientes de assessorias de comunicação, além de explorar também matérias de outros veículos de comunicação, que recebem os créditos nas publicações do veículo. A página do Mira jornal também comporta espaço para entrevistas, enquetes e vídeos.

As cores base do veículo são: azul, branco e preto. Já a estrutura da página do Mira Jornal segue um formato mais antigo, que lembra um jornal impresso e torna a disposição dos conteúdos mais fragmentada, além de ser mais poluído visualmente. A página também possui muitos espaços para publicidade. Por utilizar muitos textos produzidos por outros veículos, a linguagem adotada pelo site sofre variações, o que abarca um público diversificado. O veículo também conta com um canal de interação com o leitor denominado “Boca no Trombone” que funciona como um mural de recados, no qual os leitores podem deixar comentários ou complementar informações publicadas na página. O site não utiliza mecanismos de cobrança pelo conteúdo publicado.

Figura 03. Página principal do Mira Jornal



Fonte: Reprodução Mira Jornal, 2024.

Com sede na cidade de Aparecida do Rio Negro, a pouco mais de 70 km de Palmas, o jornal Folha do Jalapão também compartilha de um passado com uma versão impressa. Criado em 2001 com a missão de reportar os desafios do interior do Tocantins, especialmente a região do Jalapão, que leva o nome do veículo, o registro do domínio.com.br do site data de 2015. A direção do veículo é de Wenina Miranda e a edição do site é da jornalista Polyana Pegoraro. O site, que utiliza as cores azul escuro, branco e amarelo, trabalha apenas com material jornalístico do Estado do Tocantins, não sendo identificado nenhum material que destaque o contexto nacional. Dividido em nove editorias: destaque; cidades; Estado; eleições; atividade parlamentar; folha vip; Aparecida especial; editorial e jornal, o Jornal Folha do Jalapão foca em notícias do interior.

O site utiliza uma linguagem mais informal e com uma certa proximidade dos leitores, muitas vezes, se utilizando de adjetivações, numa tentativa de captar o sentimento das pessoas envolvidas no fato reportado. Observa-se ainda que a dinâmica de produção jornalística do site se baseia no trabalho com textos mais curtos e uso de muitas fotos, não sendo identificada exploração de conteúdo em vídeo ou outras possibilidades de interações proporcionadas pelo webjornalismo. O Jornal Folha do Jalapão também conta com um editorial assinado por Wenina Miranda. A estrutura da página é um pouco mais preenchida com matérias e há pouco espaço para materiais publicitários. A página também armazena edições digitalizadas do jornal impresso Folha do Jalapão. O acesso ao site é totalmente gratuito.

Figura 04. Página principal do Jornal Folha do Jalapão



Fonte: Reprodução Jornal Folha do Jalapão, 2024.

Assim como o T1 Notícias, o Portal Benício, de Paraíso do Tocantins, entrou no universo do web-jornalismo tocantinense em 2008. Com sua identidade visual baseada nas cores azul escuro e branco, o portal, mantido pela Correio do Povo Tocantinense, empresa fundada em 2007 e que atua no ramo jornalístico e de produção de pesquisas eleitorais, teve seu domínio.com.br registrado em 2011. Suas dinâmicas de produção de notícias englobam tanto acontecimentos do Estado do Tocantins, bem como do contexto nacional geral, com destaque para temas como política, economia e futebol. O Portal Benício é dividido em seis editorias principais: home, que apresenta os principais destaques do dia, eleições, Estado/municípios, esportes, geral e ronda policial.

A maioria das matérias produzidas é assinada por “da redação” e os conteúdos da editoria geral, que destacam os principais assuntos do país, são produzidos com apoio de materiais divulgados por agências de notícias e assessorias de comunicação. O Portal adota uma escrita mais informal, com uso de trocadilhos e neologismos nos títulos, por exemplo, o que demonstra o indicativo de ser acessível a um público mais generalista. Quanto à estrutura da página em si, há um equilíbrio harmônico entre a disposição dos conteúdos noticiosos e a disposição das publicidades. Não foram identificados no Portal espaços para colunas, blogs ou charges. Os conteúdos jornalísticos do portal não costumam subverter o padrão texto-foto, com exceção de algumas matérias que utilizam recurso de vídeo.

Figura 05 - Página principal do Portal Benício

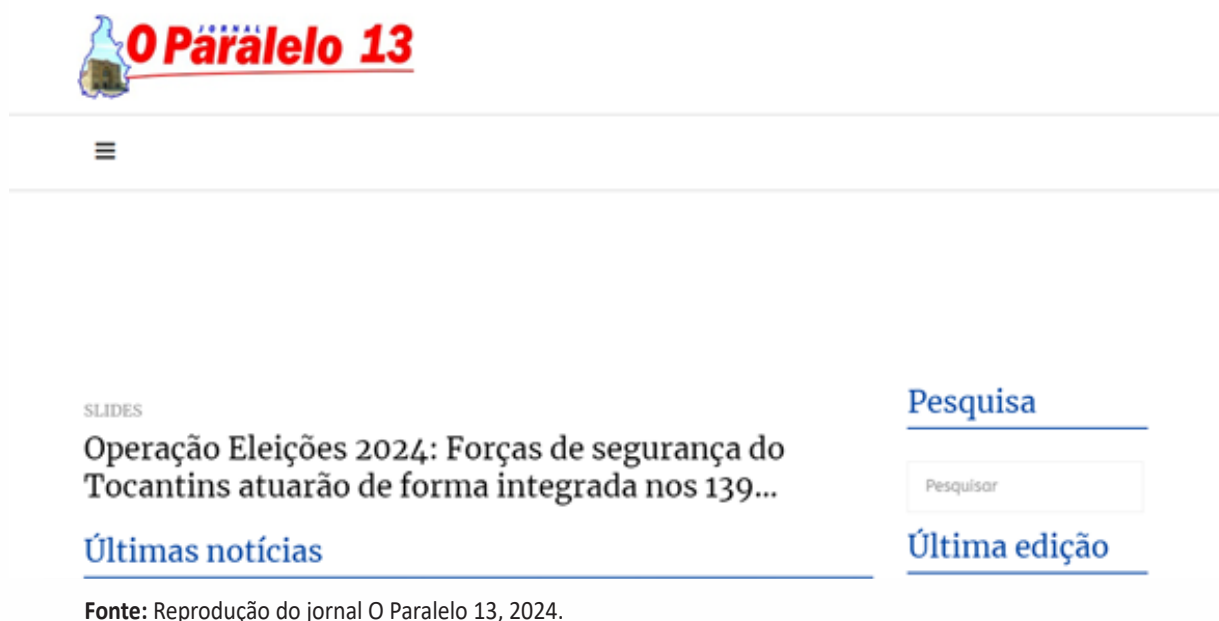


Fonte: Reprodução Portal Benício, 2024.

O Jornal Paralelo 13, com sede na cidade de Porto Nacional, é um dos veículos que também passou do impresso para o universo digital. Fundado em 1988 na versão impressa, pelos irmãos Edvaldo e Edson Rodrigues, o site registrou o seu domínio.com.br no universo online em 2013. Adotando as cores vermelho, azul e branco, a página do site conta com as editorias de: notícias, que possui as subdivisões entre local, regional e nacional; poderes; política; cultura/lazer; polícia; opinião e artigos, além de uma página para contato. Como indicado pela forma como o veículo organiza sua estrutura de página, o site reporta fatos ocorridos na cidade de Porto Nacional, do Estado do Tocantins e também do contexto nacional. A página principal do veículo destaca os principais assuntos do dia de cada uma das editorias acima mencionadas.

A função de editor do site é ocupada pelo jornalista e escritor Edvaldo Rodrigues. As matérias da página são assinadas pelos respectivos jornalistas responsáveis por seus textos e, quando utilizam informações de outros veículos, agências de notícias e assessorias de comunicação, há um indicativo no site sobre a origem dos dados. Poucas matérias são assinadas como “Da redação”. O site também inclui espaços para três colunas e um espaço dedicado às crônicas de temas diversificados, geralmente assinadas pelos irmãos Rodrigues. A página tem poucos espaços para divulgação de publicidades e adota um visual sem excessos. No que diz respeito ao tipo de linguagem adotada pela página, é uma linguagem simples com uso de termos informais do cotidiano. Outro ponto que merece destaque é o fato do site trabalhar, em sua maioria, apenas com texto e foto, utilizando poucos recursos de vídeo e outros recursos do formato web.

Figura 06. Página principal do Jornal Paralelo 13



Algumas considerações

As observações dos veículos selecionados para compor o escopo desta investigação indicam que o webjornalismo na região central do Tocantins, considerando o levantamento do Mapa da Mídia em 2020, concentra-se principalmente na cidade de Palmas, com destaque também para cidades próximas, como Porto Nacional e Paraíso do Tocantins. No entanto, as cidades mais interioranas possuem uma produção noticiosa mais singela, ou até mesmo ausente, considerando a presença de sites. Outro ponto de atenção diz respeito à prevalência de veículos voltados para a produção de notícias de contexto geral e a pouca incidência na região analisada de veículos voltados para conteúdos especializados. Essa peculiaridade pode estar associada à preferência do público por sites de notícias que se enfoquem no contexto político e do Estado, visto que essa é uma temática de interesse do público local pelos cargos públicos.

Cabe destacar, também, que um número significativo dos veículos que figuram no cenário do webjornalismo local possui em seus lastros históricos um passado ligado ao impresso, que aos poucos foi dando lugar aos veículos on-line. Esse fato se deve muito à praticidade proporcionada pelo digital. No entanto, a observação constata ainda que muitos veículos analisados nesse contexto ainda não utilizam todas as funcionalidades proporcionadas pela web para as produções jornalísticas. Além disso, observa-se ainda que muitos dos conteúdos produzidos pelos veículos se ancoram em materiais produzidos por assessorias de comunicação ou por outros veículos de maior porte. Vale ressaltar também que, como a maioria dos sites e portais disponibiliza o conteúdo de forma gratuita, a manutenção dos veículos em sua maioria se dá por meio da veiculação de anúncios publicitários, incluindo anúncios do governo do Estado.

Ademais, é de suma importância a atualização constante do Mapa da Mídia do Tocantins para averiguar a expansão do webjornalismo e catalogar o perfil dos novos veículos que adentram no contexto jornalístico tocan-tinense, ampliando assim a base de dados sobre o jornalismo de modo geral no Tocan-

tins. Além disso, uma nova averiguação vai possibilitar um panorama da região quanto às novas tendências suscitadas pelas mudanças verificadas no ambiente digital entre os veículos tocantinenses, além de dar visibilidade aos números relacionados aos sites de notícias tocantinenses citados neste artigo.

Referências

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Regiões Geográficas Estado do Tocantins**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: https://geoftp.ibge.gov.br/organizacao_do_territorio/divisao_regional/divisao_regional_do_brasil/divisao_regional_do_brasil_em_regioes_geograficas_2017/mapas/17_regioes_geograficas_tocantins.pdf. Acesso em: 10 set. 2024.

NEPJOR/UFT - Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia. **Mapa da Mídia no Tocantins**, 2020. Disponível em: <https://nepjor.com.br/>. Acesso em: 2 set. 2024.

PERUZZO, C M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1º. sem. 2005.

ROCHA, L. V. A produção jornalística hiperlocal nas redes sociais: análise de perfis tocantinenses. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42, 2019, Belém. **Anais eletrônicos...** Belém: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1539-1.pdf>. Acesso em: 09 set. 2024.

ROCHA, L. V., SOARES, S. R., ARAÚJO, V. T. Abrangências locais no jornalismo online do Tocantins. **Comunicação & Inovação**. São Caetano do Sul: PPGCOM/USCS, v. 15, n. 29, p. 171-185, jul-dez 2014.

TAVARES, F. de M. B. A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites. **Revista Comunicação Midiática**, v. 7, n. 1, p. 96-116, 2012.

Webjornalismo de norte a sul: a produção de notícias locais no Tocantins

Alan Milhomem da Silva

Ana Luiza da Silva Dias

Este capítulo descreve os principais sites jornalísticos das regiões norte e sul do Tocantins, destacando suas características do webjornalismo, abordagens editoriais e produção de notícias locais. A pesquisa busca entender como esses veículos de comunicação contribuem para a disseminação de informações e o fortalecimento das respectivas regiões. O estudo parte dos dados levantados pelo Mapa da Mídia do Tocantins⁹, que catalogou os sites de notícias em atuação no Tocantins em 2022.

O levantamento foi criado em 2017 e atualizado em 2022, a partir das pesquisas realizadas pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia, liderado pela professora Liana Vidigal Rocha. Neste trabalho, os veículos foram categorizados da seguinte forma: sites, jornais impressos, emissoras de TV e emissoras de rádio. Após a identificação dos veículos, foi criado um mapa no Google Maps, no qual o usuário pode clicar no pin correspondente ao veículo e obter informações de contato, localização e endereços eletrônicos.

A partir disso, este trabalho se propôs a traçar as características dos principais sites listados nas regiões norte e sul do estado. A relevância do estudo decorre da necessidade de registrar a história e atuação desses veículos, que desempenham um importante papel de noticiar as particularidades locais de cada região do estado. Além disso, poucos estudos e registros históricos sobre esses veículos foram encontrados, ressaltando ainda mais a relevância desse estudo.

A pesquisa é do tipo exploratória descritiva, ressaltando a estrutura dos sites, suas principais pautas e atuação nas redes sociais digitais. Foram selecionados os principais veículos de cada região a partir dos critérios de tempo de existência e atualização diária. Desta forma, são apresentados os sites Folha do Bico, Voz do Bico, Tocnotícias, Portal O Norte e AF Notícias, que ficam sediados na região norte do Tocantins. Já na região sul, são apresentados os sites: Portal do Amaral, Portal Atitude Tocantins, Claudemir Brito, Atitude Tocantins e Mapa da Notícia.

De norte a sul: as particularidades do interior do Tocantins

Localizada entre os rios Araguaia, na divisa com o Pará, e o Tocantins, na divisa com o Maranhão, a região norte do Tocantins, atualmente, é marcada pelo agronegócio, monoculturas e criação de gados. Esta região abriga cidades importantes do estado, como Xambioá, Araguatins, Tocantinópolis, Augustinópolis e Araguaína. Esta última é a cidade mais importante do interior do estado e se destaca por ser polo de saúde para a região Norte, pela criação de gado e pelo comércio que abastece boa parte da região.

Na formação histórica, o território é marcado pela Guerrilha do Araguaia, diversos conflitos agrários e a presença dos índios Apinajés, que têm a terra indígena demarcada abrangendo quatro muni-

⁹ Disponível em: www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1zpOqcyLy6BbBx2_eAoapwm8l8z0&ll=-8.81186409425177%2C-49.18533781366121&z=5. Acesso em: 25 set. 2024.

cípios, mas já estiveram presentes em mais localidades. A cultura da região norte do Tocantins é rica e diversificada, influenciada principalmente por tradições indígenas e de imigrantes nordestinos que se fixaram na região buscando por terras para cultivo ou mesmo na transição para o estado vizinho do Pará. As festas populares, com destaque para os festejos de santos da igreja católica, as danças e lendas, celebram a diversidade étnica, a fauna e flora da região.

A economia, que por muitos anos foi baseada nas pequenas roças de subsistência, atualmente dá seus primeiros passos na industrialização, principalmente nas cidades de Araguaína, Tocantinópolis, Araguatins e Augustinópolis, além da monocultura do milho e da soja e da pecuária de corte e de leite que avança em municípios próximos a Araguaína. No cenário educacional, Araguaína também é a cidade referência em educação por abrigar a reitoria e o maior campus da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), além de diversas faculdades particulares. Mas, nos últimos anos, Araguatins e Augustinópolis também têm se destacado. A primeira se sobressai na formação dedicada ao setor rural no Campus Araguatins do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO). Já Augustinópolis desponta com o campus da Universidade Estadual do Tocantins (Unitins), que oferta o primeiro curso de Medicina da rede estadual de ensino do estado.

No cenário midiático, a região norte é marcada pela concentração de veículos jornalísticos na cidade de Araguaína, com diversas estações de rádio, TV e sites. O extremo norte, mais conhecido como Bico do Papagaio, é marcado pela escassez de veículos jornalísticos, sendo marcado apenas pela presença de pequenos sites de notícias e rádios comunitárias (Silva; Rocha, 2017; 2023).

Já o sul do estado é fortemente baseado na agricultura e pecuária. A produção de soja, milho e arroz é significativa, assim como a criação de gado. A região também se beneficia da infraestrutura de transporte, como a rodovia Belém-Brasília, que facilita o escoamento de toda a produção agropecuária. A região faz fronteira com os estados do Mato-Grosso e Goiás.

Pela formação histórica e pela proximidade com esses estados, que também desempenham atividades econômicas semelhantes, a região sul do Tocantins tem uma cultura voltada também para a pecuária e agricultura, por isso as festas agropecuárias são as principais manifestações culturais e populares das cidades da região.

A cidade de Gurupi, com pouco mais de 85 mil habitantes, é o principal polo urbano e econômico da região sul do estado. No *ranking* de população dos municípios do Censo Demográfico de 2022, Gurupi está na 3ª colocação no estado; na 34ª colocação na região Norte; e na 376ª colocação no Brasil. A cidade funciona como um centro de serviços, comércio e educação para as cidades vizinhas.

Foi em Gurupi, também conhecida como Capital da Amizade, que foi instalada, no ano de 1977, a TV Anhanguera, a primeira emissora de televisão da região e segunda do estado¹⁰. Nessa época, ainda no antigo Norte de Goiás, a região sul ganhou a primeira instituição de ensino superior no ano de 1985: a Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas de Gurupi (Fafich), hoje Universidade de Gurupi (UnirG). O primeiro curso de Jornalismo da região foi criado no ano de 2001, na UnirG, o que impulsionou a profissionalização de pessoas que já trabalhavam com comunicação na região.

10 Disponível em: www.jornaldotocantins.com.br/magazine/tv-anhanguera-de-gurupi-da-fita-ao-digital-1.1197689. Acesso em: 11 out. 2024.

Atualmente, a região conta com diversas instituições e cursos de ensino superior, inclusive, sediando um campus da Universidade Federal do Tocantins e outro do Instituto Federal do Tocantins. Contudo, ao contrário do Norte do Tocantins, que tem diversas cidades como referência, a região sul tem apenas Gurupi como polo de referência.

Do impresso ao digital: o jornalismo local nos sites do norte tocantinense

No Mapa da Mídia de 2022 (Rocha; Alves; Sousa, 2022), foram contabilizados 13 sites de notícias na região norte do Tocantins, sendo a maioria (nove) sediados em Araguaína, a maior cidade do interior do estado. Os veículos se voltam para as realidades locais com a produção de notícias e a publicação de releases de instituições públicas, privadas e governamentais. Além disso, usam as redes sociais digitais para propagação dos conteúdos publicados nos sites. Alguns dos veículos, como o Voz do Bico e o Portal O Norte, começaram suas produções como jornais impressos e depois passaram a contar apenas com as versões on-line.

Diante desse universo de 13 veículos, vamos destacar neste capítulo a história de cinco deles: Voz do Bico (Augustinópolis), Folha do Bico (Araguatins), Tocnotícias (Tocantinópolis), veículos com mais de uma década de atuação e sediados em cidades importantes e de influência no extremo norte do Tocantins. Também vamos destacar dois veículos sediados em Araguaína que se consolidaram nos últimos anos com produções jornalísticas próprias e atuação nas redes sociais, são eles: AF Notícias e Portal O Norte.

Sediado em Augustinópolis, o site Voz do Bico é oriundo do jornal impresso que levava o mesmo nome e deixou de circular de forma impressa em 2018. O site conta com atualizações diárias e tem foco nos fatos e acontecimentos de Augustinópolis e cidades próximas. As publicações são, na maioria, notícias e releases compostos por textos e fotos. Em maio de 2024, o veículo voltou a produzir uma versão no formato impresso, porém apenas com quatro páginas, e publicada somente na versão digital, postada no site e distribuída em grupos de WhatsApp da região. O material é um resumo com as principais notícias postadas durante a semana.

Figura 01. Frontpage do site Voz do Bico



Fonte: Print screen da homepage do Voz do Bico, 2024.

Em uma análise exploratória do site, é possível perceber que não há uma produção de reportagens ou conteúdos multimídias nas postagens. Também é possível perceber que há uma prevalência de publicações de releases, principalmente do governo do Tocantins, secretarias estaduais, instituições do judiciário e das polícias Civil e Militar. O site também publica notícias dos estados do Maranhão e Pará, além de informações de circulação nacional, principais notícias no mundo e textos opinativos enviados por leitores da região, estado ou país.

Presente nas redes sociais desde 2015, utiliza o Facebook, Instagram e YouTube para propagar os conteúdos produzidos para o site. Não há uma produção de conteúdo voltada especificamente para as redes sociais, mas apenas são usadas para divulgação das notícias postadas no veículo principal. Há uma prevalência de fotos e/ou cards com título das notícias, lide e link para acesso ao site. A publicação de vídeos é quase inexistente nas redes sociais do Voz do Bico (Silva; Rocha, 2023; 2024). Vale destacar que, no final do primeiro semestre de 2024, o veículo voltou a publicar uma versão nos moldes da versão impressa, porém é publicada apenas no formato PDF na versão on-line. A publicação segue toda a estrutura da antiga versão impressa, porém com apenas quatro páginas, e apresentando um resumo das principais notícias veiculadas durante a semana. A publicação é feita semanalmente.

O Folha do Bico é um site nativo digital sediado em Araguatins, que iniciou suas atividades em 2006 e desde então conta com atualização diária. O veículo é voltado para notícias da microrregião do Bico do Papagaio, com mais foco nos fatos e acontecimentos de Araguatins. Há uma frequência considerável de publicações referentes ao estado do Pará, principalmente das regiões sul e sudeste do estado, que fazem divisa com o Tocantins. O site tem uma prática do hiperlocalismo com notícias das cidades biquenses, principalmente no cenário político (Silva; Rocha, 2017). Na análise exploratória do site, é possível perceber apenas publicações de notas e notícias compostas por texto e fotos. Há poucas publicações de vídeos ou outro recurso multimídia.

O site da Folha do Bico é composto por seis editorias: Amazônia, Bico do Papagaio, Bastidores, Geral, Bico Rural e Simbora. Todas são atualizadas diariamente, com exceção desta última, que não funciona. Ao clicar no ícone da editoria, a página não carrega. No geral, o site tem uma produção de conteúdo voltada para assuntos ligados à política, polícia e o cotidiano das cidades biquenses, além de informações de destaque de cidades paraenses e maranhenses.

Figura 02. Homepage do site Folha do Bico



Fonte: Print screen do site Folha do Bico, 2024.

Já o Bico Rural, que aparece como editoria, na verdade, é um hot site com informações do mundo rural no Tocantins de forma geral. No *Quem Somos*¹¹ do hot site Bico Rural, há a informação de que a página foi criada em 2020 com o objetivo de contribuir com o desenvolvimento sustentável do agronegócio da região norte do Tocantins, fornecendo informações sobre pesquisas e novas tecnologias de produção empregadas no campo.

¹¹ Disponível em: <https://bicorural.com.br/sobre/> Acesso em: 10 out. 2024.

Porém, na análise exploratória das notícias publicadas, foi verificada uma predominância de notícias oriundas das assessorias de órgãos estaduais, como Secretaria Estadual de Agricultura, Instituto Natureza do Tocantins (Naturatins) e Agência de Defesa Agropecuária (Adapec). No expediente do *hotsite*, os responsáveis são o jornalista Davino P. Lima Jr. e o biólogo Leandro Oliveira Campos.

Neste momento, o único site que tem uma produção periódica sobre Tocantinópolis e cidades circunvizinhas é o Tocnotícias, que começou no ano de 2007 como uma brincadeira de amigos que resolveram produzir vídeos sobre a realidade local, principalmente sobre problemas enfrentados no dia a dia da cidade, publicando no YouTube. Esta plataforma de compartilhamento de vídeos estava no início e as publicações dos jovens começaram a ganhar destaque na cidade (Silva e Rocha, 2022).

Os irmãos Roberlan e Raeulan Barbosa, que faziam parte do grupo, continuaram com as produções e, em 2008, criaram um blog para publicar notícias de Tocantinópolis e região. Em 2011, após a repercussão da morte da professora Andressa em Tocantinópolis, o blog migrou para o site e permanece até hoje. Atualmente, apenas Roberlan Barbosa é responsável pelo veículo e atua com a ajuda de apenas duas pessoas: o filho, que ajuda na atualização do site, e o programador, responsável pela programação do site. O veículo já chegou a bater a marca de mais de 30 mil visualizações diárias, mas hoje conta, em média, com 15 mil visualizações diárias (Silva, 2022).

Figura 03 - Frontpage do site Tocnotícias com o menu das seções



Fonte: Print screen site Tocnotícias, 2024.

O site é atualizado, principalmente, com a publicação de releases recebidos das assessorias de órgãos públicos, políticos tocantinenses e governo do estado. Os assuntos locais são atualizados esporadicamente, principalmente com a produção de vídeos postados no YouTube e divulgados no site. Essa prática é um diferencial dos demais veículos que atuam na região, pois estes se voltam mais para a produção de textos e fotos (Silva, 2022).

O site está atualmente dividido em sete seções que só podem ser visualizadas ao clicar no menu no canto superior da *homepage* do site. As seções são: Início (que é a *homepage* do site), Destaques (aparecem todas as notícias postadas em um dos cinco destaques do site), Notícias (que aparecem todas

as notícias postadas com exceção dos destaques), Política (constam só as notícias de política), Locais (são as notícias de Tocantinópolis), Vídeos (página com os vídeos postados no YouTube, porém está desatualizada com a última publicação de outubro de 2023) e Todas (que são listadas todas as notícias postadas no site de forma geral).

Sediado em Araguaína, a maior cidade do interior do Tocantins, o site AF Notícias é um portal de notícias focado na cidade e em seu entorno. O site é atualizado diariamente, mas não conta com expediente ou informações da sua equipe. Conforme o Mapa da Mídia (2022), o responsável pelo site é o advogado Arnaldo Filho, que criou o site em 2011 e tem se consolidado em Araguaína e na região norte do estado com suas produções diárias e autorais.

O site é estruturado em sete editorias na homepage e mais seis que podem ser acessadas ao clicar no menu do site. As editorias são: Curiosidades: que apresenta descobertas incríveis e mistérios revelados recentemente ou fatos curiosos que ganharam destaque na internet; Saúde da Mulher, que apresenta notícias sobre prevenção, cuidados e bem-estar feminino para todas as idades; Tecnologia, com conteúdos voltados para as últimas tendências em tecnologia, inteligência artificial, gadgets e outros assuntos; Direto ao Ponto, que é uma coluna do proprietário do site com notícias e textos opinativos sobre a política local.

Figura 04 - Front page do site AF Notícias



Fonte: Print screen site AF Notícias, 2024.

Há ainda no *front page* a editoria de Editais, que publica editais dos mais variados possíveis de instituições públicas e privadas locais; Pará, dedicada às notícias do estado vizinho ao Tocantins; e Concurso e Oportunidades, que é uma editoria com oportunidades no mercado de trabalho local e nacional, além de vagas em concursos por todo o Brasil, com destaque para aqueles que ofertam vagas para o Tocantins.

Ao clicar no menu do lado esquerdo do site, o internauta terá acesso a outras editorias, como: Atuação Parlamentar (que apresenta notícias sobre os deputados estaduais, federais, senadores tocan-
tinenses, além de vereadores de Araguaína), Central 190 (editoria que conta com as notícias policiais
de Araguaína e de todo o Tocantins); Cidades (com notícias específicas de cada cidade tocan-
tinense), Eleições (informações sobre o processo eleitoral municipal, estadual e federal), Estado (com notícias de
abrangência estadual) e Vida & Sociedade (voltada para artigos e notícias sobre a sociedade de forma
geral).

De forma geral, o AF Notícias se caracteriza pela cobertura de fatos e acontecimentos locais, com
foco em temas de relevância pública e política, especialmente ligados à Araguaína e região norte do
Tocantins. Além disso, se destaca pela rapidez nas publicações de matérias e atualizações sobre fatos e
eventos que impactam a comunidade local. Há também, com menos frequência, notícias de cunho mais
investigativo sobre temas de interesse público, principalmente ligados ao cenário político local. Nas re-
des sociais, o site se destaca por atualizações diárias no Instagram, Facebook e X (antigo Twitter). Assim
como os demais sites, o noticioso usa o YouTube como repositório para publicação de vídeos incorpora-
dos nas notícias, não há uma produção específica para esta plataforma.

Diferente dos demais, o Portal O Norte conta em seu site com um breve histórico¹² sobre o veículo
e um expediente com os responsáveis pelo noticioso. Conforme o texto do site, o veículo foi criado em
15 de abril de 1999, em Araguaína, com o nome de Tribuna do Comércio e publicado ainda na versão
impressa. Em 2001, mudou o nome para Jornal do Norte, visando trazer mais identificação com a região.
Quatro anos depois, foi criada a versão on-line do veículo, sendo um dos precursores no estado. Em
agosto de 2010, o veículo deixou completamente a versão impressa e passou a contar apenas como o
site, que passou a se chamar Portal O Norte.

Nos primeiros 10 anos da versão on-line, o veículo contabilizou mais de 50 milhões de acessos, di-
versa de matérias publicadas e passou a atuar fortemente nas redes sociais digitais. Em 2021, conforme
a direção do veículo, o site contava com 1,2 milhão de acessos mensais. O Portal O Norte também se des-
taca por forte atuação nas redes sociais, com produção de conteúdos específicos para estas plataformas,
principalmente para o Instagram, na qual conta com quase 50 mil seguidores, e produz lives, sorteios,
campanhas e divulga as notícias postadas no site.

Ainda no segundo semestre de 2019, o site passou por reformulação no layout e passou a ser
responsivo, com interface adaptada para os dispositivos móveis. Atualmente, o veículo está integrado à
Rádio Meio Norte de Palmas e disponibiliza o link no site para ouvir a rádio em tempo real e também para
o canal no YouTube da emissora. Conforme o expediente do site, a equipe atual é formada pelo diretor-
-executivo, Tony Veras, e pela editora-executiva, Dágila Sabóia, além do responsável pelas reportagens,
Giovanni Pereira, e pelas mídias sociais, Rebeca Neyelle.

12 Disponível em: <https://www.portalonorte.com.br/sobre-nos/> Acesso em: 10 out. 2024.

Figura 05. Frontpage do Portal O Norte



Fonte: Print screen do Portal O Norte, 2024.

O site está estruturado em nove seções, são elas: Colunas (que apresenta três colunistas: Dágila Sabóia, Tony Veras e Jotta Nunes). A primeira se volta para assuntos culturais e não é atualizada frequentemente; a segunda é voltada mais para assuntos políticos; e a terceira é uma espécie de coluna social. Todas são atualizadas esporadicamente), Fale Conosco (espaço destinado para o internauta enviar sugestões e/ou materiais para a equipe do site), Guia (uma lista de diversos estabelecimentos e instituições da cidade com seus respectivos contatos), Últimas Notícias (que traz todas as últimas notícias postadas no site), Vídeos (que apresentam transmissões da rádio e a última atualização é de 2022), Fotos (também desatualizada, sendo que a última postagem é de 2020), Concursos e Empregos (notícias voltadas para o mercado de trabalho e concursos abertos em municípios, estado e país) e Cultura e Lazer (com notícias da área cultural tocantinense de forma geral).

Por fim, o site conta com uma seção de Notícias, que está dividida em 12 editorias: Editais, Política, Oportunidades, Plantão 190, Vc é o Repórter, Esportes, Araguaína, Estado, Municípios, Ronda Policial, Mais Quentes e Norte Fun. Destas, durante nossa análise exploratória nos primeiros dias de outubro de 2024, algumas não estavam atualizadas, foi o caso de Edital e Você Repórter (ambas com última atualização em julho de 2024). A primeira conta com editais gerais de diversas instituições do estado com convocações para reuniões ou licitações. Já a segunda conta com materiais enviados por internautas. A editoria Fun conta com a última atualização em setembro e são postadas curiosidades ou assuntos que estão em alta nas redes sociais. Por fim, as editorias de Ronda Policial e Mais Quentes não contam com conteúdo. As demais editorias são atualizadas diariamente.

Quadro 01. Dados das redes sociais dos veículos do norte do Tocantins

Folha do Bico			
	Instagram	Facebook	YouTube
Criação	11/2017	01/2012	11/2011
Publicações	927	—	336
Seguidores	22,2 mil	37 mil	1,94 mil
Voz do Bico			
Criação	10/2020	08/2015	08/2015
Publicações	1.039	—	530
Seguidores	5.384	16 mil	1,89 mil
Tocnotícias			
Criação	07/2018	08/2015	05/2007
Publicações	8.140	—	2.881
Seguidores	18,6 mil	37 mil	67,8 mil
AF Notícias			
Criação	06/2017	02/2011	02/2019
Publicações	10.831	—	802
Seguidores	55,9 mil	50 mil	2,82 mil
Portal O Norte			
Criação	07/2013	12/2010	07/2011
Publicações	4.454	—	962
Seguidores	49,7 mil	64 mil	3,92 mil

Fonte: Elaboração dos autores, 2024.

Ao analisar as redes sociais dos veículos da região norte do Tocantins, verificou-se que eles ainda se realizam como as práticas verificadas por Rocha (2019). A autora constatou que a maioria dos sites tocantinenses faz a utilização de textos, hipertextos e hiperímia para apresentar as notícias nas redes sociais e não explora todas as possibilidades que as redes oferecem. Ainda segundo a autora, as redes sociais são utilizadas pelos sites jornalísticos apenas como ferramentas potencializadoras de visualização do conteúdo e são ignoradas as possibilidades de expandir o material com as possibilidades/ferramentas oferecidas pelas plataformas. Dos veículos analisados, apenas o Portal O Norte explora um pouco mais das possibilidades com a realização de lives, campanhas de prêmios, enquetes e interações com os leitores, mas são conteúdos mais para movimentar as redes e não expandir os conteúdos jornalísticos do site.

O jornalismo local da região sul do Tocantins

O desenvolvimento de sites de notícias na região sul do estado, embora tímido, reflete uma busca crescente pela cobertura de temas locais. Gurupi desponta como o principal centro de produção de conteúdo digital, concentrando a maioria dos portais de notícias da região. Fora dessa cidade, as iniciativas

jornalísticas ainda são escassas, com apenas dois sites identificados em Palmeirópolis e Alvorada. Esses veículos, apesar de limitados em número, desempenham um papel importante ao oferecer visibilidade para questões municipais e regionais, conectando as comunidades com o cenário informativo mais amplo do estado.

Inicialmente fundado em Formoso do Araguaia, o Portal do Amaral hoje tem sede em Gurupi, ambas cidades localizadas no sul do Tocantins. Segundo as informações do site, o portal foi lançado em abril de 2015 e passou por uma reformulação no dia 7 de setembro de 2017. O portal se define como um veículo de comunicação on-line independente, que prioriza as notícias mais relevantes e de interesse público, com responsabilidade, qualidade, transparência e imparcialidade.

Conforme o site Similar Web, o Portal do Amaral está classificado como o 287º na categoria de Editores de Notícias e Mídia e ocupa a posição 117.392 globalmente em janeiro de 2024. No Brasil, está classificado como o 54.354º, com um tráfego de aproximadamente 32.160 visitas mensais.

O site é atualizado diariamente e conta com as editorias Brasil, Estado, Cidades, Política, Educação, Anuncie e, curiosamente, Gospel. Essa última armazena notícias relacionadas às figuras religiosas, como pastores evangélicos. Na seção Brasil ficam as notícias de cunho nacional e de cidades de outros estados que fazem divisa com Tocantins, como Pará, Maranhão e Goiás. Já as seções Estado e Cidades comportam notícias do Tocantins, que se repetem algumas vezes. Em Política, as notícias são sobre figuras políticas do estado.

O Portal do Amaral também conta com um menu que destaca outros assuntos, como Acidente, Coluna Social, Entretenimento, Esportes, Internacional, Opinião, Oportunidade, Plantão Policial, Estado, Saúde e TV/Amaral. Esta tem bons vídeos, com edições simples, entretanto com a mensagem clara. Contudo, o vídeo mais recente postado no site data de 21 de junho de 2023.

Figura 06 - Página inicial da TV Amaral



Fonte: Print screen seção TV Amaral, 2024.

O Portal Atitude é sediado em Gurupi e, conforme consta no “Quem Somos”, é uma microempresa de jornalismo digital, que atua há 18 anos no Tocantins, período em que se consolidou como um dos portais de notícias mais acessados do estado, com destaque na região Sul. O Atitude realiza cobertura jornalística em todo o Tocantins, com ênfase nos municípios do Centro-Sul, contemplando a capital Palmas até Talismã, o último município da região sul, e algumas cidades da região sudeste do estado.

Ainda conforme as informações contidas no site, o Portal Atitude tem compromisso com o leitor, pois eles podem interagir em todas as matérias publicadas; responsabilidade profissional, pois os leitores podem opinar e dar suas sugestões por meio das várias colunas; responsabilidade social, pois disponibiliza espaços gratuitos e segmentados para divulgação de entidades filantrópicas, educacional, negócios e às entidades que envolvem o Meio Ambiente; além de ser acessível, pois possui um layout leve e fácil de navegação.

As seções do site estão segmentadas em Home, Notícias, Cidades, Educação, Entretenimento, Esporte, Estado, Política, Negócios e Mais (que agrega a seção Mulher e Sociedade e a seção Web Stories). O menu do site apenas repete as seções da página inicial. As seções que se destacam com relação aos outros sites de notícias são Mulher e Sociedade, que segundo o site é a coluna voltada, especialmente para as mulheres, com temas sobre direitos e participação da mulher na polícia, acontecimentos sociais, beleza, comportamento, dicas, dietas, receitas e saúde. Já a seção Web Stories traz dicas de culinária, cuidados com a casa, além de informações de utilidade pública, em formato de stories do Instagram.

Figura 07 - Web stories do Portal Atitude



Fonte: Print screen de web stories do Portal Atitude, 2024.

Localizado na cidade de Alvorada, o site Claudemir Brito traz sete editorias: Geral, Plantão 190, Cidades, Política, Bastidores, Goiás e Tocantins. Ao acompanhar as notícias publicadas no site, é possível observar a predominância de notícias relacionadas ao estado de Goiás, inclusive com anúncios do governo deste estado.

Figura 08 - Anúncios na homepage do site Claudemir Brito



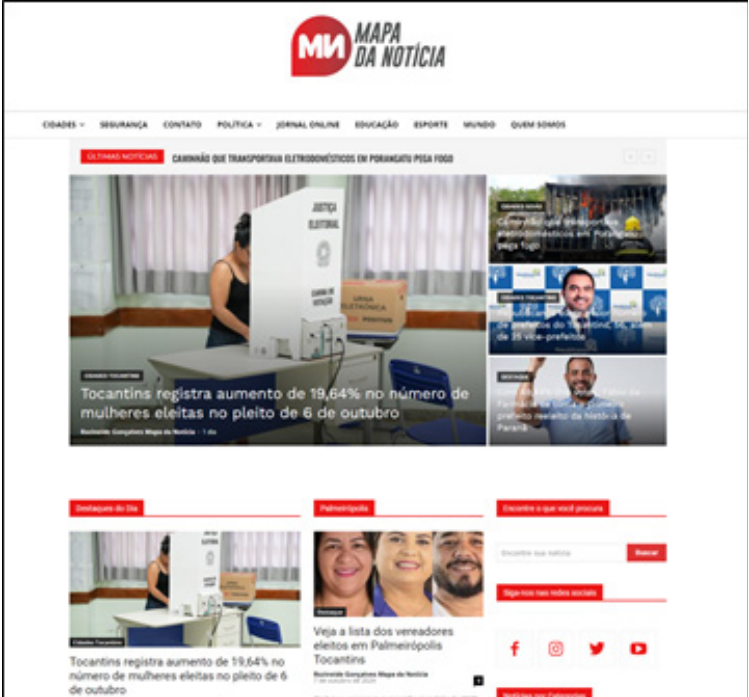
Fonte: Print screen da homepage do site Claudemir Brito, 2024.

O site tem uma frequência de atualização, porém não ocorre diariamente. Por exemplo: não há publicações no dia 26 de setembro nem no dia 10 de outubro. As editorias mais atualizadas são Goiás e Tocantins. As notícias são postadas sempre com fotos e não há nenhuma editoria que tenha vídeos. A interatividade é limitada, já que o usuário tem apenas a opção de compartilhar a notícia, mas não tem a possibilidade de comentar, por exemplo. O site tem os ícones indicando as redes sociais X (antigo Twitter), Facebook, Instagram e YouTube, porém somente o Instagram é atualizado e o Facebook está fora do ar.

O portal Mapa da Notícia foi criado no mês de novembro de 2011, sediado em Palmeirópolis. O site é uma das principais fontes de informação da cidade e região, segundo as informações disponibilizadas no próprio portal. No link “Quem somos” ainda há a informação de que o veículo possui versão impressa que atende toda a região sudeste do estado do Tocantins e norte de Goiás. Contudo, a última atualização dessa guia foi realizada em 2018.

O site possui seis editorias, sendo elas: Segurança, Política, Educação, Esporte, Mundo e Cidades. Nesta última, o portal especifica quais municípios contempla, que são: Alvorada, Gurupi, Arraias, Jaú do Tocantins, Palmas, Palmeirópolis, Paranã, Peixe e São Salvador do Tocantins. Dessa forma, é possível notar que o Mapa da Notícia abrange cidades da região sudeste do estado também.

Figura 09 - Frontpage do site Mapa da Notícia



Fonte: Print screen do site Mapa da Notícia, 2024.

Quadro 02 - Dados das redes sociais dos veículos do sul do Tocantins

Portal do Amaral			
	Instagram	Facebook	YouTube
Criação	10/2019	07/2012	11/2011
Publicações	4.189	—	262
Seguidores	19,5 mil	5,1 mil	23,8 mil
Portal Atitude			
Criação	06/2013	07/2014	—
Publicações	16,6 mil	—	—
Seguidores	18,5 mil	33 mil	—
Claudemir Brito			
Criação	10/2020	—	—
Publicações	1.555	—	—
Seguidores	12,6 mil	—	—
Mapa da Notícia			
Criação	08/2018	04/2014	—
Publicações	3.335	—	—
Seguidores	3.683	4 mil	—

Fonte: Elaboração dos autores, 2024.

Assim como verificado na região norte do Tocantins, os sites da região sul ainda realizam as práticas verificadas por Rocha (2019). Os veículos usam as redes apenas para divulgar as notícias publicadas nos sites e não aproveitam as potencialidades que essas plataformas oferecem para interação com o público e produção de conteúdos. Ao comparar com os veículos da região norte, verificamos que os veículos da região sul utilizam ainda menos as redes sociais digitais, focando apenas no Instagram, enquanto os do norte exploram, mesmo que timidamente, o Facebook e o YouTube. Essa última é utilizada, principalmente, como repositórios de vídeos linkados nos sites, mas explorando um pouco mais o conteúdo é possível verificar que a plataforma de vídeos também é utilizada para transmissões ao vivo e até produções de reportagens, como no caso do Tocnotícias.

Algumas considerações

Ao registrar a história e estrutura dos sites jornalísticos das regiões norte e sul do Tocantins, destacamos a importância desses veículos de comunicação no fortalecimento da informação local e na cobertura de municípios que raramente aparecem na mídia de cobertura estadual. Observou-se nos portais analisados a presença de editorias diversificadas, incluindo política, economia, cultura e segurança pública, é um aspecto positivo, pois reflete a pluralidade de demandas informativas dessas localidades ou reflete o interesse do público local para estes assuntos.

No que diz respeito à cobertura local, os sites jornalísticos demonstram um compromisso com a produção de conteúdos voltada para cada região, com abordagem principalmente de temas políticos locais. Os materiais jornalísticos publicados se caracterizam essencialmente por textos e fotos, com poucas explorações de vídeos ou outros recursos multimídias.

A atuação dos sites nas redes sociais também se destaca como uma aparente falta de estratégia eficaz para aumentar o alcance e a interação com o público. O estudo identificou que esses veículos utilizam plataformas como Facebook, Instagram, YouTube e WhatsApp, corroborando os achados de Silva e Rocha (2024) para distribuir suas notícias de maneira rápida e acessível, o que contribui para a disseminação da informação em tempo real.

No entanto, foi observado que a presença nas redes sociais ainda enfrenta desafios, especialmente no que diz respeito à profissionalização do conteúdo e à adoção de estratégias mais eficientes de engajamento com os leitores, pois atualmente essas redes sociais funcionam como uma vitrine dos conteúdos postados nos sites.

Referências

ROCHA, L. V. A produção jornalística hiperlocal nas redes sociais: análise de perfis Tocantinenses. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais eletrônicos**[...] São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1539-1.pdf> Acesso em: 09 out. 2024.

ROCHA, L. V.; ALVES, Y. M.; SOUSA, S. M. de. Mapa da mídia no Tocantins: levantamento dos veículos entre 2016 e 2020. *In*: GRADIM, A.; SERRA, P. (org.). **Anuário internacional de comunicação lusófona 2019/2020**. Covilhã: Labcom/UBI, 2020. Disponível em: https://www.labcom.ubi.pt/ficheiros/20210521948-anuario_internacional_comunicacao_lusofona_2019_2020.pdf. Acesso em: 05 out. 2024.

SILVA, A. M. da.; ROCHA, L. V. Jornalismo local plataformizado: uma análise de dois veículos jornalísticos Voz Bico, Folha do Bico e TocNotícias. *Ámbitos - Revista Internacional De Comunicación*. Sevilha, v. 66, n. 4, p. 33–52, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i66.02>. Acesso em: 18 out. 2024.

SILVA, A. M. da.; ROCHA, L. V. Jornalismo hiperlocal na microrregião do Bico do Papagaio (TO) : trajetória e produção dos sites Voz do Bico e TocNotícias. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**. Sorocaba, v. 11, n. 24, p. e023007, 2023. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/5148>. Acesso em: 23 set. 2024.

SILVA, A. M. da.; ROCHA, L. V. Na ponta do bico: o jornalismo hiperlocal na região do Bico do Papagaio (TO). **Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**. Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 3 –20. Jul./Dez., 2017. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10679/6232>. Acesso em: 23 set. 2024.

SILVA, A. M. da. Jornalismo local na microrregião do Bico do Papagaio (TO): um estudo de caso do TocNotícias. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 20., 2022, Fortaleza. **Anais eletrônicos [...]** Campinas: Galoá, 2022, p. 1-18. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/jornalismo-local-na-microrregiao-do-bico-do-papagaio-to-um-estudo-de-caso-do-toc?lang=en>. Acesso em: 10 out. 2024.

Sobre as autoras e autores

MARINA PARREIRA BARROS BITAR

Professora do curso de Administração da Universidade Estadual do Tocantins (Unitins). Mestra em Comunicação e Sociedade (PPGCom/UFT). Especialista em Ensino do Jornalismo (UFT) e Orientação Educacional (Anhanguera). Bacharela em Comunicação Social - Jornalismo (UFT) e Licenciatura em Pedagogia (UniCesumar). Integrante do Nepjor - Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT) e do Grupo de Pesquisa Ideas, Discourses and Management (CNPq/Unitins). Realiza pesquisas nas áreas de financiamento em iniciativas sem fins lucrativos, jornalismo pós-industrial, educação midiática e marketing. E-mail: marina.pb@unitins.br.

LIANA VIDIGAL ROCHA

Jornalista formada pela Universidade Federal do Espírito Santo (1996). Possui mestrado, doutorado e pós-doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. É professora associada na Universidade Federal do Tocantins, atuando no curso de Jornalismo e no mestrado em Comunicação e Sociedade. Lidera o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT) desde maio de 2009. E-mail: lianavidigal@mail.uft.edu.br.

EDNA DE MELLO SILVA

Jornalista diplomada e licenciada em Letras pela USJT/SP. Doutora e Mestra em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP. É docente da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) no curso de Design Educacional. É docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Coordena a Rede de Pesquisadores em Telejornalismo da SBPJor (Rede Telejor). É vice-líder do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: prof.ednamello@gmail.com.

JOSÉ UENDEL SOUZA DA COSTA

Jornalista graduado pela Universidade Federal do Tocantins (2022). Pós-graduando em Jornalismo de Dados, Inteligência Artificial e Pesquisa Netnográfica (DadosJOR/UFGA), e mestrando em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM/UFT). Também é membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: uendelsou-zathg@gmail.com.

ANA LUIZA DA SILVA DIAS

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Federal do Tocantins (PPGCOM-UFT), graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (2017). Graduanda em Direito pela Universidade Estadual do Tocantins. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: sdanaluiza@gmail.com.

ALAN MILHOMEM DA SILVA

Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá (Unifap). Doutorando em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (PPGJor/UFSC). Mestre em Comunicação e Sociedade (PPGCom/UFT). Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo (UFMA). Integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: milhomemalan@gmail.com.

JOICE DANIELLE NASCIMENTO PEREIRA

É jornalista graduada pela Universidade Federal do Tocantins - UFT (2024), mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCom-UFT) e pesquisadora da área de Jornalismo. Membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia - Nepjor (UFT/CNPq) desde a iniciação científica; realiza pesquisas nas áreas de jornalismo esportivo e televisão. E-mail: joicedanielle.nascimento@gmail.com.

MARIA TEREZA LEMES MOREIRA CARNEIRO

Jornalista formada pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (2004), doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (2025). Possui especialização em Comunicação Pública pela AWA Faculdades (2014) e mestrado em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins (2020). É jornalista efetiva da UFT e atua como repórter e editora na Rádio UFT FM. Membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia - Nepjor (UFT/CNPq). Realiza pesquisas na área de áudio, rádio, radiojornalismo e podcast. E-mail: mariatlmoreira@gmail.com.

TALITA MELZ

Jornalista, bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (2015), especialista em Gestão de Conteúdo em Comunicação/Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (2018) e atualmente cursa a pós-graduação em Jornalismo de Dados, Inteligência Artificial e Pesquisa Netnográfica da Universidade Federal do Pará. É pesquisadora voluntária do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: talita.melz@hotmail.com.

YAGO MODESTO ALVES

Jornalista graduado pela Universidade Federal do Tocantins (UFT), Mestre em Comunicação e Sociedade (UFT), especialista em Comunicação em Redes Sociais (FMU) e em Marketing Estratégico Digital (Descomplica). Atualmente é professor de graduação tecnológica na Faculdade Senac de Tecnologia e Inovação de Brasília e Analista de Produtividade e Inovação na Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI). Membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (UFT/CNPq). Realiza pesquisas nas seguintes áreas: webjornalismo, mídias sociais, jornalismo pós-industrial e marketing digital. E-mail: yagoma07@gmail.com.

FERNANDA ALVES DE MENDONÇA

Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Possui pós-graduação em Gestão de Crises nas Organizações Públicas e Privadas (WPOS); e MBA em Gestão de Agronegócios (UFT). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFT. É membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (Nepjor). E-mail: fernandauft@gmail.com.

ADRIANO NOGUEIRA DA FONSECA

É mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins. Membro do NepJor - Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). Possui graduação em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo pela Universidade do Tocantins (2002). É especialista em Comunicação, Sociedade e Meio Ambiente pela Universidade Federal do Tocantins (2008). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Telejornalismo. É pós-graduado em Ensino e Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. Como voluntário, participou do Projeto de Extensão: Programa Escola Livre de Jornalismo - 3ª edição na produção de vídeos em celular com alunos de uma escola pública e atuou como pesquisador do Projeto de Pesquisa: Ecossistema de pesquisa em Universidades Federais: Estudo de caso da Universidade Federal do Tocantins. Atualmente é Tutor EaD, no curso de Tecnologia em Gestão Pública, do Projeto TO Graduado da Universidade Estadual do Tocantins, Unitins. Também é Chefe de Redação da TV Anhanguera - TO. E-mail: adriano.tv@gmail.com.

KAUÊ BARBOSA NOGUEIRA DE SOUZA GUERRA

Graduado em jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins, é gestor de informação digital, membro do grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT) e realiza pesquisas nas áreas de metalinguagem no jornalismo, infotenimento e telejornalismo. E-mail: kauebnog@hotmail.com.

VALMIR TEIXEIRA DE ARAÚJO

Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), é bolsista de Pós-Doutorado Júnior (FAPT/CNPq) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT). Possui mestrado em Desenvolvimento Regional e é graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela UFT. Atualmente, exerce o cargo de Diretor Financeiro da ABPCom (Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular). É pesquisador associado da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e integra os grupos de pesquisa COMUNI (Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária) e Nepjor (Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia. E-mail: valmircomunica@gmail.com

