

Televisão regional *all news*. Estudo de caso da TV Jornal¹

Jaíssa Karla Rocha Moreno²

UESPI – Universidade Estadual do Piauí (Teresina – PI)

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a emissora TV Jornal, sediada em Teresina (PI), levando em conta sua emissão e funcionamento enquanto formato de programação *all news*, sendo veiculada em dois canais de comunicação simultâneos (rádio e televisão). Compreende-se a sua programação, como acontece o desenvolvimento de um conteúdo inteiramente *all news*, como funciona a interação do público com a TV, como é feita a produção de conteúdo que precisa abranger dois meios de comunicação diferentes: a TV e a rádio, e também quais são as perspectivas e rumos para o jornalismo *all news*. Foi feita uma pesquisa de campo participante com o uso do diário de campo como instrumento no período de um ano (entre 01 de janeiro e 31 de dezembro de 2024) sendo analisadas as rotinas produtivas da emissora, assim como a sua programação e as principais características da mesma, como os quadros, entrevistas, conteúdos, matérias, como ocorrem as participações populares e a divisão dos assuntos que passam dentro das emissoras do Grupo Meio (sistema ao qual pertence a TV Jornal).

Palavras-chave: Jornalismo; televisão; *all news*; TV Jornal; Piauí.

Da TV Jornal aos sistemas *all news*: o jornalismo televisivo

A TV Jornal tem sede em Teresina, capital do Piauí, com cobertura também nas cidades de: Altos; Campo Maior; José de Freitas; Nazária; Palmeirais; União e Timon (localizada no estado do Maranhão, na divisa com o Piauí). Ela foi fundada em 2004 pelo empresário Paulo Delfino Fonseca Guimarães, mais conhecido como Paulo Guimarães, e tinha como diretor, até o primeiro semestre de 2025, o jornalista Daiton Meireles. É afiliada da TV Cultura e opera com programação local, das 6h30 até às 19h30, possuindo conteúdos independentes de segunda a sexta-feira e tendo como slogan: “A notícia em primeiro lugar!”, com a difusão de informações durante toda a sua programação. Seu conteúdo pode ser acessado através do portal Meio News (www.meionews.com), na frequência radiofônica FM 90.3 MHz e no canal 20.1 na TV. A TV Cultura passa a sua

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Audiovisual e Mídias Sonoras, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmica do Oitavo Período do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto (Teresina-PI). E-mail: jaissamoreno@gmail.com

programação nacional durante a noite e a madrugada, das 19h30 às 6h, e aos finais de semana por completo. O canal possui perfil no Instagram (@tvradiojornal) onde são publicados cortes de notícias, de informações faladas pelos apresentadores e chamadas que são gravadas antes de cada programa iniciar, fazendo a escalada e convidando o público a assistir e participar da programação; algumas postagens são colaboração com perfil da Rede Meio (@redemeio). O Instagram é organizado e gravado pelo setor de redes sociais do grupo de comunicação. Até o início de abril de 2025 o Instagram da TV Jornal estava com mais de dois mil seguidores e seguia apenas 29 contas, com uma centena de posts publicados; no perfil podemos encontrar vídeos de chamada dos apresentadores, publicações com curiosidades, sonoras de autoridades e o link disponível para ter acesso à programação da TV Jornal.

Analisa-se a emissora, principalmente em seu sentido de representar o povo piauiense em seu conteúdo, tendo em vista que ela tem transmissão apenas para algumas regiões do Piauí e uma pequena parte do Maranhão, notadamente na região que faz divisa com a capital piauiense. Outrossim, além de notícias regionais, ela também traz conteúdos nacionais, que são enviados pelas afiliadas do Grupo Meio de Comunicação.

Alguns questionamentos desta pesquisa foram: como manter o público ligado ao conteúdo da emissora? Como funcionam as entrevistas que transformam alguns dos programas em *all news and talk*? Qual o critério de escolha para entrevistas e participações na programação? Como o canal consegue contribuir positivamente por meio da disseminação de projetos e a da divulgação de notícias para a população local? Como fazem para agregar o público à programação de maneira simples e espontânea? Os anúncios publicitários que estão presentes condizem com o formato *all news*? Como é entregue ao público? A principal questão norteadora é como ocorre a emissão e funcionamento da TV Jornal enquanto emissora de programação *all news* no Piauí e quais são os principais desafios encontrados em sua performance na mediação de notícias?

Realizou-se uma pesquisa de campo com análise nas rotinas produtivas, tendo foco na TV Jornal, como é o seu funcionamento e a sua organização.

Para Debora Lopez (2009), todas as emissoras devem inserir notícias em seus conteúdos, mesmo que seja em baixa quantidade ou proporção, sendo que é o interesse do público que leva os meios de comunicação a utilizarem conteúdos noticiosos com mais frequência. Já a TV Jornal traz esse tipo de conteúdo durante toda a sua prorrogação, seja

com material exclusivo ou materiais advindos do Grupo Meio de Comunicação. A emissora também traz em sua programação a participação de entrevistas, comentaristas, quadros sobre diversos assuntos e até mesmo debates durante o período de campanha eleitoral. Apesar de sua programação ser focada no formato *all news*, existe a diversificação dos tipos de notícias e que é de interesse para o público que a acompanha.

Este estudo contribui socialmente para o telespectador e ouvinte, como também ajuda academicamente para aqueles que buscam informações ou até mesmo fazer um estudo profundo sobre a TV Jornal e o seu formato *all news*. Contribui também para o interesse popular, por ser uma emissora regional, alguns problemas ou prestações de conta são cobrados e compartilhados, assim como é disponibilizado um canal aberto para a audiência mandar suas dúvidas e contribuições.

Andrea Faria (2020) aborda que o jornalismo está em constante mutação tecnológica, precisando de uma adaptação eficaz e novos tipos de plataforma para que os meios de comunicação consigam acompanhar o ritmo dos consumidores.

Luiz Ferraretto (2022) fala que o *talk and news* é mesclado de entrevistas e notícias com participação de uma figura âncora, que simula continuamente uma conversa, esse modelo consolidou-se como um formato de sucesso no ano de 1986 e está presente em rádio e TV de todo o país.

Ana Costa e Cândida Lemos (2016) dizem que as entrevistas e conversas integradas fazem do *all news*, um *all-news and talk*, que é uma forma de transmitir informações de maneira interessante e lúdica.

A emissora consegue entregar diversos conteúdos jornalísticos durante toda a sua programação, com a proposta de veicular informações a todo o tempo, com o intuito de informar seus ouvintes em qualquer lugar, seja durante o trânsito ou estando em casa. Por ser uma rádio e TV *all news*, existe a presença da dinâmica e da velocidade na entrega das informações, o apresentador tem mais liberdade para fazer comentários e acrescentar mais informações quando os assuntos repercutem no meio local ou nacional.

Juliana Betti (2009) conclui que o nome *all news* pode ser traduzido da forma literal, como “tudo-notícia”, pois seu significado refere-se a um modelo que consiste em transmitir apenas conteúdo jornalístico. A autora também fala que esse formato transmite a informação atualizada, de forma estruturada e constante, durante toda sua programação, mantendo assim, o público fixo em notícias e atualizações das mesmas.

Um debate sobre rotinas produtivas, inclusive refletindo-as na TV Jornal

Para Fábio Alex Kuhn (2015, p. 132), “a rotina produtiva conecta-se com os critérios de noticiabilidade e servem para rotinizar o processo produtivo e tornar possível a divulgação da matéria”. A partir do estudo e da análise de rotinas produtivas, há um processo de seleção e decisão sobre o que será produzido e compartilhado no trabalho acadêmico. O autor (2015, p. 132), complementa que existe o reconhecimento de uma “certa influência na organização e na construção de um material que está sendo feito, identificando dessa forma a importância da rotina produtiva e do estudo em cima dela como a partir disso, podem surgir novas teorias e hipóteses sobre os meios comunicacionais”.

E isso não ocorre apenas nas rotinas produtivas de estudo, mas acontece diariamente em redações e nos veículos de comunicação de notícias, como ocorre nas reuniões de pauta e nas escolhas dos assuntos que serão selecionados para que virem materiais e reportagens. E dessa forma, as rotinas produtivas em meios de comunicação são mais comuns que as trabalhadas. Isso também ocorre no Grupo Meio, que precisa de uma análise delicada sobre o que entrará como pauta e o que será de mais interessante e utilitário para o público que está consumindo esse conteúdo, e além disso, também são pautadas as notícias de comercial, ou seja, matérias que possuem um fundo de divulgação de algum serviço ou produto.

Francisco de Assis (2017) fala que o termo “rotina produtiva” começou a se tornar obsoleto, justamente por conta de uma nova era em que o novo é a feitura de publicações de informações em tempo real e também pela forma como os meios de comunicação estão organizados, que não necessariamente é um quadro fechado, contando principalmente com a presença dos chamados *freelancers* para fazer trabalhos esporádicos e sem vínculo com a empresa. O tempo real, é nada mais que o jornalismo feito e publicado simultaneamente enquanto aquele evento ainda está acontecendo, seja para as redes sociais, portal de notícias ou para televisão, é comum termos profissionais da área da comunicação trabalhando para entregar o material que está sendo produzido em tempo real para o leitor ou telespectador.

E por conta disso, se deu a descentralização de uma parte do trabalho da imprensa, onde não é apenas um jornalista de carteira assinada que precisa ou que faz aquele serviço, Francisco de Assis (2017) fala que os tempos atuais mudaram e que o princípio do

newsmaking não é mais a mesmo. O autor caracterizou essa teoria como padrão analógico, por ser uma das primeiras hipóteses da comunicação.

Para Adriana Barsotti e Nycolle Ponciano (2024), o termo *newsmaking* vem a partir da passagem do paradigma “espelho da realidade” do jornalismo, que aconteceria ao narrar os fatos em tempo real, a partir de acontecimentos singulares, e dessa forma, colocaria ordem ao caos.

E ainda sim, as rotinas de trabalho ou produtivas são respeitadas e feitas pelos agentes da imprensa, que querem garantir que aquele material feito, chegue ao leitor e consumidor no tempo condizente ao que trabalham, e para que isso aconteça, é necessário seguir o estilo de uma rotina produtiva organizada.

Mauro Wolf (1985) explica como funciona uma pesquisa etnográfica destacando a metodologia das rotinas produtivas, que é quando o investigador recolhe dados específicos estando presente no ambiente que está ocorrendo o estudo e a pesquisa é feita com base na observação sistemática das coisas que estão acontecendo naquele local. O autor diz também que é essencial a presença do pesquisador ao lado das pessoas que colocam em prática os processos produtivos no local observado, e pequenas coisas também são analisadas, como conversas formais e informais, entrevistas verdadeiras e analisar as ações que estão acontecendo naquele ambiente.

Outrossim, Mauro Wolf (1985) cita que há empecilhos nesse meio de observação e pesquisa, como é o caso de analisar dentro de dois limites que podem ou não atrapalhar a investigação: o primeiro é a ausência de um plano de pesquisa e sem o segundo, a imposição de uma rígida seleção do material que foi colhido e observado. E durante essa pesquisa, o observador acaba correndo o risco de se tornar parte daquela análise, são vários tipos de variações sobre como o observador pode se comportar nesse cenário, que é desde um observador passivo e que não possui interações até um com ação mais participativa e integrada.

Para Greyce Vargas (2023), as rotinas produtivas foram impactadas pelos programas pela indústria de dados e acabou desenvolvendo alguns mecanismos como: notícias podem ser criadas e feitas de maneira gratuita; nova ordem de produtos para o fazer jornalístico; houve a criação de um novo círculo de dependência das empresas de jornalismo que atuam na internet em plataformas que qualificam os trabalhos jornalísticos. Uma dos pontos que passou a ser parte das rotinas produtivas foi o

hipertexto, que é uma forma de consumo informativa individualizada, esse tipo de texto leva mais conexão ao leitor, gerando mais permanência e mantinha o leitor engajado naquele conteúdo. E dessa maneira, permitiu-se o desenvolvimento da competência para que os leitores se aprofundassem mais nos assuntos que mais lhes chamavam a atenção e assim, participar de tais acontecimentos por meio dos seus próprios espaços dentro da rede. Greyce Vargas (2023) ainda fala que a partir da chegada da internet, as rotinas produtivas no jornalismo começaram a mudar de maneira rápida e profunda. E com essas mudanças, a estrutura jornalística é moldada a partir dos métodos atribuídos pelo Google, pois as rotinas produtivas precisam satisfazer as necessidades da plataforma, pois é através dele que é estabelecido um conhecimento da marca para o público, já que é a maior plataforma de pesquisa do mundo e é uma ferramenta de busca conhecida e utilizada pela grande massa.

Dessa forma, os processos das rotinas produtivas servem para que as notícias sejam métodos de produção de resultados, tentando sempre alcançar uma audiência crescente e esses procedimentos são válidos em qualquer site que pode ser encontrado na internet, ou seja, podem ser aplicadas as mesmas regras que são impostas pelo Google para pode concorrer em outros espaços e em diferentes mecanismos de busca, porém, o que sempre vai levar o destaque maior de quantidade de navegação e conhecimento, é a plataforma do Google.

Já Felipe Pena (2005) destaca que por conta da imprevisibilidade do jornalismo e dos fatos noticiosos, os meios de comunicação precisam colocar ordem no tempo e no espaço de trabalho e organização. E é nessa parte que entra a teoria do *newsmaking*, que é o conjunto de critérios, operações e instrumentos para filtrar inúmeros fatos jornalísticos e definir quais são os acontecimentos significativos para serem transformados em notícia.

Felipe Pena (2005) ainda registra como ocorre essa organização das rotinas produtivas, a divisão acontece em: pauteiros, repórteres e os editores finais, que estão contextualizados no processo produtivo. Dessa forma, “não é possível encarar os pressupostos de ‘rotinização’ do trabalho, do processo de produção e da cultura jornalística como pontualmente deterministas. Eles não são módulos uniformes e imutáveis” (Pena, 2005, p. 132). Além disso, é necessário a iniciativa de jornalistas e consequentemente das demandas da sociedade e outros fatores necessários para demonstrar que o processo de produção das notícias é interativo.

Reflexões sobre as rotinas produtivas na TV Jornal

Após a análise da emissora no período de todo o ano de 2024 (entre 01 de janeiro e 31 de dezembro) e comparações com suas consequências no primeiro quadrimestre de 2025 (entre 01 de janeiro e 30 de abril), pode-se observar como é o fazer jornalístico da TV Jornal e como ela se conecta ao Grupo Meio de Comunicação, como funciona a sua ligação com a TV Meio e como os conteúdos são utilizados pelas duas emissoras simultaneamente e suas respectivas perspectivas para as rotinas produtivas.

Nesse acompanhamento direto de 366 dias (já que 2024 foi bissexto) e de suas consequências nos 120 dias seguintes de 2025 na TV Jornal, foi possível perceber que apesar dela ter seu conteúdo inteiramente jornalístico, ela não pode ser considerada uma emissora *all news* completamente, porque além de trazer os fatos, as notícias, uma grande gama de reportagens e informações importantes, os apresentadores mesclam isso não apenas focando na notícia, pois existe a presença dos comentários (jornalismo opinativo, além das opiniões pessoais), que além de aumentarem o tempo de transmissão daquela informação, também fazem a mesclagem com a opinião pessoal e a visão de cada um sobre determinado tema, podendo gerar vieses, inclusive nas questões do próprio Jornalismo. O que pode tornar a emissora tanto informativa, quanto opinativa, e para José Vallim e Rafael Schoenherr (2011), existe a possibilidade de afirmar que existe uma divisão entre o jornalismo opinativo e o jornalismo informativo, e que são maneiras diferentes de mostrar a realidade, mas que possuem o mesmo objetivo: fazer com que o receptor daquela mensagem compreenda o que está sendo transmitido.

Ou seja, há uma possibilidade de mesclagem, inclusive, natural nos próprios meios jornalísticos, mas que pode ser paradoxal, principalmente porque espera-se muito mais jornalismo informativo que jornalismo opinativo. E esses comentários misturados com as notícias acontecem durante toda a programação da TV Jornal, seja dos apresentadores ou dos comentaristas que estão acompanhando os programas. Pode-se observar o seu funcionamento diário, como ocorre a feitura da sua programação, que são sete programas ao todo e conta com praticamente duas dezenas de funcionários que trabalham diretamente com os programas, como os produtores fazem para colocar cada programa no ar e quais são os conteúdos que de fato entram e a forma como eles são enviados.

Como manter o público ligado ao conteúdo da emissora? A resposta é simples, pelo fato de os apresentadores chamarem a participação dos ouvintes e telespectadores e

mostrarem a sua participação ao vivo, incentiva mais pessoas a participar e queiram fazer parte com contribuições sobre o que está sendo transmitido, até mesmo ter aquele momento de ver o seu áudio ou o seu nome aparecendo na TV ou rádio. Por ter o seu formato jornalístico voltado apenas para notícias e sem entretenimento em sua grade, o público mantém o interesse na programação por ela ser feita de uma maneira mais dinâmica e sempre pedindo a opinião do público também através das mensagens de texto de áudio do WhatsApp, e por conta dessa interação, o público se sente mais à vontade de mandar a sua participação e tende a ter constância em assistir e ouvir o que está sendo passado diariamente. Destaca-se que todo esse conteúdo participativo é filtrado antes de ir ao ar, para evitar-se polêmicas e palavras desnecessárias ou jornalisticamente aéticas. Boa parte dos conteúdos que são recebidos pela TV Jornal da TV Meio, ou até mesmo de afiliadas e correspondentes, se encaixam na regra de cada matéria ter no máximo três minutos de duração, e isso muitas vezes é colocado em prática, só não acontece quando ocorre de existir VTs especiais ou até mesmo obrigatórios, que já são reportagens mais longas e elaboradas, mas que não excedem o tempo de seis minutos.

Alguns programas da emissora são como um *all-news and talk*, ou seja, são programas como o Crime Castigo apresentado por Eli Lopes e Kilson Dione, às 09h, e o Jornal da Tarde Piauí, apresentado por Matheus Oliveira, que além de sempre ser um bate bola, seja como apresentadores entre si ou apresentador e entrevistado, carregam programações que sempre apresentam muito conteúdo jornalístico e principalmente conversas e opiniões sobre os assuntos que estão sendo abordados naquele momento, e isso não fica só com as pessoas que estão no estúdio, o ouvinte e telespectador também faz a sua participação, tornando a apresentação mais leve e dinâmica. Isso não acontece apenas com os apresentadores, alguns programas que possui apenas um apresentador, como o Notícias da Boa apresentado por Cinthia Lages às 08h, acabam virando um *all-news and talk* com os entrevistados que são recebidos, pois não fica apenas a apresentadora falando e mostrando as notícias, tem aquelas outras pessoas, seja entrevistado ou comentarista, que contribuem positivamente com informações para o programa. A produção não possui um critério fixo para a escolha dos assuntos que serão apresentados nos quadros e nem para escolher os entrevistados, normalmente os assuntos dos quadros sempre são atualidades do tema de cada comentarista ou até mesmo as matérias que estão ou que foram escritas por ele naquele dia, já a entrevista é marcada de

acordo com os assuntos que estão sendo mais comentados naquele dia ou até mesmo quando é alguma data comemorativa ou um mês de conscientização para a população.

A emissora possui uma pluralidade midiática pelo fato de transmitirem a sua programação na TV e rádio simultaneamente, e os apresentadores sempre tentam aproximar o ouvinte daquela imagem que está sendo exibida aos telespectadores, mas já aconteceu de o apresentador citar frases como “Olha que imagem forte”, excluindo dessa forma os ouvintes que não estão acompanhando aquele programa de forma imagética. Mas em sua maioria, apresentadores e comentaristas tentam sempre encaixar conteúdos que podem chegar de maneira integral para os dois públicos que estão sendo atendidos.

E por conta desse resultado tão positivo vindo das participações do público, a produção sempre tende a tentar preencher o programa com mais entrevistas ou mais convidados, justamente porque isso chama a atenção das pessoas que estão acompanhando, pois essas entrevistas e esses quadros trazem assuntos diversos, que normalmente o apresentador não levaria espontaneamente para o programa.

Os seus principais desafios são exatamente onde se encontram as suas principais características, que é na transmissão em dois tipos diferentes de meios de comunicação, apesar de fazer parte do dia a dia de trabalho dos produtores e apresentadores, fazer aquela informação ou conteúdo chegar em dois públicos diferentes e ter a compreensão dos dois é dificultoso, assim como acontece do próprio apresentador ou apresentadora esquecer de comentar sobre o que está acontecendo nas imagens mostradas, até mesmo focando apenas no público que se encontra através da televisão. E além disso, encontrar pautas diárias e que se encaixem com entrevistas todos os dias também não é fácil, por trazer uma pluralidade de assuntos e notícias, os programas da emissora possuem a necessidade de ter um entrevistado ou comentarista, que além do apresentador mostrar os fatos, ele precisa de alguém para dialogar durante a execução do programa, isso é necessário para que os ouvintes e telespectadores não se cansem do que está sendo apresentado naquele momento. A sua dificuldade como emissora *all news* é conseguir entregar um programa com conteúdo suficiente para aquele público, já aconteceu de em um feriado, por exemplo, da produção não conseguir ninguém disponível para dar entrevista sobre determinado assunto, e muitas vezes também, ocorre de ser um dia mais “frio” de notícias, e normalmente essa falta de entrevistados é compensada com o aumento dos quadros dos comentaristas ou o acréscimo de VTs especiais.

Referências

- ASSIS, Francisco de. O jornalismo além do lead: rotinas produtivas, anuências e condições para uma prática diferenciada. **Revista Comunicação Midiática**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 40-54, 2017.
- BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel. As rotinas produtivas dos jornais: entre o imaginário e as teorias do jornalismo. **Revista Brasileira de História da Mídia**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 183-201, 2020.
- BETTI, Juliana Cristina Gobbi. **A especificidade das redes de rádio *all-news* brasileiras**: os casos da CBN e da BandNews FM. Florianópolis: Dissertação apresentada ao Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.
- COSTA, Ana Carolina Vitorino de Melo; LEMOS, Cândida Emília Borges. O *All-news* com sotaque brasileiro. *Revista Dispositiva*, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 78-93, 2016.
- FARIA, Andreia Filipa Pereira. **As redes sociais e o jornalismo regional do Norte**: um estudo sobre o aproveitamento das potencialidades do mundo digital. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Minho, 2020.
- FERRARETTO, Luiz Artur. Radiojornalismo 24 horas: cheio de *talk*, um *all-news* que não é *all-news*. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, Santa Maria, v. 12, n. 3, p. 222-241, 2022.
- KUHN, Fábio Alex. **Rotinas produtivas, critérios de noticiabilidade e a arte de fazer um jornal diário os bastidores da Gazeta do Sul e da Folha do Mate**. Lajeado: Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social Linha de Formação Jornalismo para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo do Centro Universitário UNIVATES, 2015.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Salvador: Tese doutoral apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, 2009.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- VALLIM, José Renan; SCHOENHERR, Rafael. **Opinião nos Jornais**: uma discussão sobre o Jornalismo Opinativo atual como construção histórica. Londrina: Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2011.
- VARGAS, Greyce. **Implicações do SEO e das Métricas de Audiência às rotinas produtivas em jornalismo**. Rio de Janeiro: Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação, 2023.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1985.