
Arco Jornal: uma análise da produção jornalística nas eleições suplementares do Tocantins¹

Andréia Fernandes da SILVA²
Lourranny Parente SILVA³
Sarah Tamioso MESQUITA⁴
Verônica Dantas MENESES⁵

Resumo

O artigo trata da análise do site de notícias Arco Jornal criado em Palmas, Tocantins, em março de 2018, com o objetivo de identificar nas notícias e na proposta do site conceitos e técnicas relativos ao Ciberjornalismo e à produção de notícias. Trabalhou também com os conceitos do jornalismo político, já que o site em questão foi criado em meio ao ano eleitoral, cujas mobilizações políticas foram antecipadas uma vez que o Tocantins passa por uma eleição suplementar para Governo do Estado. A análise foi realizada de maneira qualitativa e quantitativa, a partir das categorias relativas ao jornalismo, ao ciberjornalismo e ao jornalismo político, em que evidenciou-se a ausência de critérios que imputem credibilidade às informações.

Palavras-Chave: Webjornalismo; Política; Arco Jornal; Eleição suplementar; Tocantins.

Introdução

A tecnologia e a era digital tornam mais fácil o acesso e a produção de conteúdo jornalístico, por diversos fatores como instantaneidade, velocidade e a facilidade de obter leitores e feedbacks. Diante deste contexto surgem todos os dias inúmeros portais de notícias que podem contribuir com a produção de informação para os leitores. No entanto, nessa democratização da informação, torna-se difícil controlar os portais que cumprem as exigências jornalísticas para a produção da notícia.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: andreciafernandes@gmail.com.

³ Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: lourranny.parente@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: stamioso@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho: Professora Dra. Verônica Dantas, do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: veronica@uft.edu.br.

No jornalismo webjornalismo a facilidade do surgimento de novos portais pode ser ainda mais frequente pelo baixo custo de produção e manutenção, não sendo necessário equipes com grande quantidade de profissionais para manter a periodicidade e atualização das notícias. Assim sendo, este artigo traz uma análise do portal Arco Jornal, que foi criado em 20 de março de 2018, com uma proposta, segundo informações disponíveis no site, de produzir conteúdo jornalístico que não foca na reprodução indiscriminada, furo ou cobertura imediata.

A análise partiu da observação do cumprimento das exigências jornalísticas como: apuração, checagem de fatos, angulação, edição e produção da notícia, uso de fontes e credibilidade, levando também em consideração a criação do portal em ano eleitoral.

O objetivo do trabalho é, portanto, analisar se o portal segue o protocolo de produção jornalística sugerido por Medina (2008), verificar se o seu conteúdo apresenta as características do ciberjornalismo sugeridas por Palacios et al. (2002) e neste contexto identificar o serviço prestado como produtor de informações pelo Arco Jornal. Buscou-se ainda identificar se o veículo foi criado com fins políticos tendenciosos em vista do contexto em que o mesmo surgiu, qual seja, a acirrada competição eleitoral das eleições suplementares para governador e vice-governador do Tocantins.

A fim de analisar o portal de notícias Arco Jornal nos utilizamos de uma proposta teórico metodológica que perpassou as técnicas de reportagens jornalísticas, as características e especificidades do Ciberjornalismo e a prática do Jornalismo Político segundo Marques de Melo (2008), visto que aborda essa temática como uma das principais. Em seguida, pelo método de descrição foram explanadas as especificidades do objeto de pesquisa, o Arco Jornal, a partir das categorias definidas a partir do referencial teórico em questão.

A pesquisa seguiu uma abordagem quantitativa, a partir da contagem das publicações sobre o tema e contagem em suas respectivas editorias. Qualitativamente foram analisadas três matérias escolhidas por conterem peculiaridades em sua produção,

referentes aos candidatos da eleição suplementar para os cargos de governador e vice-governador do Tocantins, cujo primeiro turno se deu no dia 3 de junho de 2018.

Com isso, a partir das observações adquiridas por essas análises, poderemos inferir sobre o papel ocupado pelo portal para a contribuição de informação no contexto político em que se encontra o Tocantins a partir das exigências produtivas e éticas do jornalismo e do ciberjornalismo.

A produção de notícias no jornalismo e no ciberjornalismo

Com o passar dos anos, o jornalismo se adaptou às diversas formas de comunicar. Passou dos folhetins aos impresso, do impresso à TV e agora ao online. Entretanto, a essência de se fazer jornalismo e as técnicas para a produção da notícia são as mesmas. Coletar informações, verificar dados, produzir e publicar ainda são bases da prática jornalísticas.

Segundo Medina (1988) são quatro as categorias para a formulação da mensagem jornalística: angulação, captação de dados, edição e formulação do texto, sendo que essas três categorias precisam andar juntas para que a notícia chegue até as páginas do jornal.

O repertório lingüístico do jornalismo é relacionado ao conceito de informação e às categorias de angulação, edição e captação. A formulação lingüística da mensagem jornalística possui, portanto, marcadores de estilo, manifestos pela frequência e indicadores de uma significação textual, extratextual e de situação, no caso, a situação tipo cultura de massa (MEDINA, 1998).

O conceito de notícia, segundo Lage, é “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE, 2002, p.16). Portanto, o jornalista deve apurar bem os fatos, checar dados e informações e passar credibilidade ao leitor. O importante é que o jornalista preze por manter elementos e virtudes necessários ao bom desempenho profissional, na medida do possível, como independência, veracidade, honestidade, exatidão, credibilidade.

O uso de fontes também é fundamental para qualquer notícia. É com as fontes que o jornalista busca informações, complementa e dá vida à matéria. Segundo Schmitz (2011) “fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências [...] de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia” (SCHMITZ, 2011, p. 09).

Outro fator ligado a essência do jornalismo é a credibilidade. Em tempos de instantaneidade e de facilidade na difusão de informações, a credibilidade do jornalista e a confiabilidade do leitor são primordiais na publicação das notícias “afinal, prestígio, notoriedade, confiabilidade são fatores que, se não são a mesma coisa, ao menos circundam o que geralmente é apontado como um imprescindível capital para jornalistas e meios de comunicação: credibilidade” (CHRISFOLLETI; LAUX, 2008, p. 31).

Com avanços no campo da tecnologia, também se modernizaram as formas de se fazer jornalismo, a internet abre um grande espaço para a propagação de qualquer tipo de informação, seja ela entretenimento, comércio ou notícia. Hoje em dia o jornalismo encontrou na internet uma forma não só de sobreviver, como de aumentar a visibilidade e o alcance do jornalismo com baixo custo de produção e manutenção.

Se muitos dizem que a internet pode acabar com o jornalismo de qualidade por prejudicar o furo jornalístico e viabilizar o surgimento de *fake news*, por outro lado, podemos dizer que a internet propicia ao jornalismo condições de expansão e instantaneidade que nenhum outro meio pode oferecer.

No entanto, deve-se sempre lembrar que o webjornalismo não consiste essencialmente em um novo modelo de jornalismo, pois determinadas exigências em relação a procedimentos de apuração e éticos devem ser observados. Os elementos que constituem a produção de notícias se mantém mesmo na internet, conforme analisa Fidalgo:

A materialidade do jornal, o seu método de produção, são extrínsecos à essência do jornal. A essência ou a identidade de um jornal mantém-se a mesma, independentemente da sua materialização, seja em papel impresso, em letras escritas numa parede ou nas palavras de um rádio. É por isso que podemos chamar jornal a um jornal impresso, a um jornal radiofônico e a um telejornal. O que faz de um jornal um jornal, e o que faz que seja este jornal e não outro, é a ideia ou o princípio que lhe subjaz. A identidade de um jornal impresso não se altera,

mesmo que se alterasse toda a parte gráfica” (FIDALGO, 2004, p.2).

Segundo Rocha (2017), o fator que impulsiona o jornalismo no ciberespaço é justamente a notícia, que é matéria prima do jornalismo, e o meio não interfere nisso, apenas facilita pois “é a mercadoria colocada à disposição do consumidor e que apresenta ocorrências que geram efeitos em determinados setores campo ou segmentos sociais”.

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 tem se tornado cada vez mais numerosos na rede, sobretudo, em âmbito regional (ROCHA, 2017, p.2).

Diante disso, existem estudos que apontam as características do webjornalismo que de certa forma podem ser usadas como um caminho a ser seguido para a produção de notícias online.

Os elementos que compõem o ideal de webjornalismo são cinco: Multimídia, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização e Memória (PALACIOS et al. apud PALACIOS, 2002). Esse conjunto de características faz com que o jornalismo possa usar a internet a seu favor e a favor do leitor, possibilitando uma produção padronizada da notícia como já acontece no meio impresso, no telejornalismo e no radiojornalismo.

Jornalismo e Política

Tendo em vista o grande número de notícias políticas e contextualizando a criação do site em ano eleitoral, se torna importante retomar o jornalismo político enquanto categoria da área. A imprensa historicamente marcou a civilização, instaurando a cidadania e criando condições indispensáveis para a emergência das sociedades democráticas (MARQUES DE MELO, 2008), portando, sua importância no ato cidadão de eleger um candidato é de suma importância.

Como reforço para a comprovação da importância do Jornalismo Político na formação da cidadania, sobretudo na eleição para governador suplementar, como é o caso do Tocantins, tem-se Marques de Melo (2008) apud Beltrão (1969):

A reportagem política – a que está indissoluvelmente ligada a ação administrativa do poder público – é considerada como um serviço de orientação e informação fundamental para a imprensa, desde que diz respeito aos interesses transcendentais do Estado. Ao contrário dos demais setores, que se dirigem a um público mais ou menos limitado, o da informação político-administrativa interessa tanto aos políticos e homens de governo como às classes produtoras e trabalhadoras, aos profissionais liberais, aos intelectuais e artistas, aos universitários, enfim a todos os homens e mulheres cujo sistema de vida depende, naturalmente, das linhas traçadas pela política do Governo (MARQUES DE MELO apud BELTRÃO, 1969, p. 293-294).

Segundo Oliveira (2010) o jornalismo político é marcado por caráter opinativo e não é recente que os jornais assumam posições partidárias, sobretudo no Tocantins que “é um estado que apresenta um mercado midiático peculiar, pois os principais veículos são geridos por poucos grupos e o setor privado ainda é dependente do dinheiro estatal” (SOUZA; ROCHA, 2016, p.1).

A influência que portais tem é muito significativa na medida que “a mídia exerce um papel fundamental na difusão dos processos eleitorais tornando-se alvo dos candidatos que procuram obter êxito em suas candidaturas com a conquista do maior número de votos possível para assumir o cargo pleiteado” (OLIVEIRA, 2010, p.1). Aplicado ao webjornalismo temos ainda que

a chamada “blogosfera” se apropria de todo o material que foi checado, escrito ou editado, produzido e veiculado, pelo conjunto dos meios de comunicação (com custos para as empresas, inclusive). E a partir dele, produz o que não passa de opinião privada publicada, não raro distorcendo os fatos. E com a internet, esta opinião circula quase de graça. A estridência dos blogs ganha força sobretudo em momentos de grande dramaticidade, política ou não. Podem afagar a opinião pública quando ela está os nervos sensíveis, mas, pode vir a representar também uma ameaça ao direito coletivo à boa informação

(MARQUES DE MELO apud CRUVINEL, 2006, p. 232-233).” (p.93).

Portanto, segundo Marques de Melo (2008, p.92) “não importa a origem dos personagens envolvidos: se eles são de esquerda ou de direita, militares ou civis, governistas ou opositores... O único compromisso do repórter é com a verdade”.

O Arco Jornal e a notícia política

O site Arco Jornal foi registrado no dia 20 de março de 2018 segundo dados do site registro.br, no entanto, sua primeira matéria foi veiculada no dia 15 de março de 2018 discorrendo sobre as empresas que mais tinham queixas no Procon.

O Arco não assina matérias, usa linguagem mais voltada ao coloquial e algumas vezes com traços de ironia e humor ácido. Informações disponíveis no próprio site⁶ apontam que o portal pretende trazer uma proposta diferenciada de produzir conteúdo sem foco na reprodução indiscriminada e sem preocupação com o furo. O site possui seis editorias: geral, política, polícia, concursos, interesses e direitos e garantias. O portal não contém nenhum tipo de publicidade⁷ e faz publicações com uma frequência média de 2 a 3 por semana.

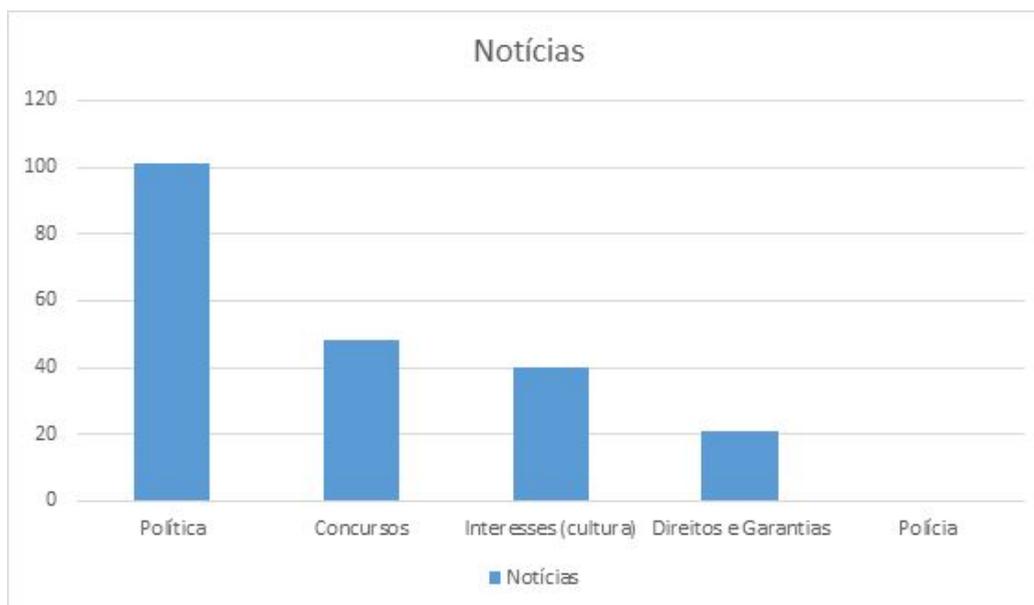
Foi apurado que o CPF em que está registrado o domínio do Arco Jornal está em nome de um publicitário que também é funcionário do quadro geral do Estado, mas não se sabe ao certo se essa pessoa teria relação direta com o portal, uma vez que ter registrado o site não significa que ele faça parte da redação ou edição do veículo. Foi tentado contato no e-mail disponível na página do Arco, porém não foi obtida resposta.

Para a análise das notícias e percepção da linha editorial predominante foi realizada a pesquisa quantitativa no portal, contando o número de notícias presente em cada editoria: política, polícia, concursos, interesses e direitos e garantias. Todos os números obtidos foram com base no conteúdo disponível no próprio site.

⁶ <http://arcojornal.com.br/> acessado dia 2 de junho de 2018

⁷ Contudo, no dia pesquisado havia um banner com informações para doações para o Hospital do Amor, uma instituição privada de oncologia que atende gratuitamente e se sustenta por meio de doações.

Gráfico 1: Gráfico da quantidade de notícias em cada editoria do site Arco Jornal



Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos dados do portal no dia 03/06/2018.

Assim, observamos uma frequência maior de notícias na editoria política que pode ser justificada pelo ano eleitoral em que se encontra o estado e o país. Essa editoria é responsável por 101 notícias, o que equivale a 48% das 210 postadas no site até o dia de produção deste trabalho.

Observamos ainda 22,8% de notícias relacionadas a concurso, 19% de conteúdos de interesse cultural, 10% a respeito de direitos e garantias e, embora haja a editoria de polícia, não há nenhuma notícia relacionada.

Para analisar qualitativamente o portal Arco Jornal foram selecionadas três matérias que apresentaram destaque como manchete do dia e abordarem a temática das eleições suplementares. Todas as matérias foram publicadas no mês de maio, não são assinadas por jornalistas ou pela redação, e são de diferentes candidatos ao governo do Tocantins para a eleição suplementar do dia 3 de junho. Foram observados os enfoques, angulações, textos e fontes, e foram feitas comparações com outros portais de notícias regionais.

Na análise das matérias selecionadas foram identificados poucas características do webjornalismo, os recursos de multimídia foram pouco explorados, sendo que a maioria das matérias trazem fotos que não enriquecem o texto e que servem como adereço decorativo da página, com exceção da reportagem que compara o slogan de Carlesse ao de Eduardo Siqueira Campos (ver foto 3), que ilustra a semelhança entre as duas campanhas.

Em nenhuma das matérias pode-se identificar o uso de hipertexto que facilite o entendimento do leitor ou até mesmo para contextualizar a notícia. Acerca da personalização de conteúdo, o portal traz textos sucintos, muitas vezes com expressões opinativas mas com poucos elementos que deem credibilidade ao que está sendo dito, pois não faz uso de falas nem reelabora tanto o conteúdo como promete o portal em sua descrição, em que diz que “acreditamos que a informação pode ser mais “maturada”, melhor organizada, ganhar leveza e bom humor (quando conveniente)” (ARCO JORNAL, 2018).

Foto 2: Candidato diz que se eleito vai despachar no HGP



Fonte: *Print Screen* do portal Arco Jornal da matéria veiculada no dia 4 de maio de 2018 (acesso em 2 de junho de 2018)

A matéria trata do posicionamento do candidato Marcos Souza (PRTB) em um debate na sede da Associação Comercial e Industrial de Palmas (Acipa) em que faz a

afirmação de que, se eleito, faria para os outros no HGP o que gostaria de fazer para os próprios filhos. O candidato também se posiciona sobre a questão da saúde no HGP, como traz a manchete.

Cabe observar que em outro portal regional de notícias, o AF Notícias, consta uma matéria com manchete e texto semelhante, fazendo uso da mesma angulação, foto e mesmas falas, e, além disso, publicadas no mesmo dia.

A parte peculiar da matéria é quando o portal se refere à fala do candidato como “em seu momento Clarice Lispector, o candidato aproveitou a oportunidade para filosofar” (ARCO JORNAL, 2018, texto eletrônico), que se caracteriza como abordagem não usual no texto jornalístico, ironizando a fala do candidato que aparece em sequência.

Foto 3: Campanha de Carlesse repete slogan utilizado por Eduardo Siqueira em 2014



The screenshot shows a news article on the Arco website. The main headline is "Campanha de Carlesse repete slogan utilizado por Eduardo Siqueira em 2014" with a sub-headline "Mato 7, 2018". The article text discusses the political link between Mauro Carlesse (PHS) and Eduardo Siqueira Campos (DEM) and notes that the slogan "Um novo começo" was used by Siqueira in his 2014 campaign. Below the text are two images: one of Eduardo Siqueira with the slogan "Um novo começo" and the number "14777", and another of Mauro Carlesse with the slogan "UM NOVO COMEÇO" and "CARLESSE, 31". To the right of the article is a sidebar with a social media widget for Arco (524 likes) and a section titled "AS MAIS LIDAS DA SEMANA" listing various local news items.

Fonte: *Print Screen* do portal Arco Jornal da matéria veiculada no dia 7 de maio de 2018 (acesso em 2 de junho de 2018)

A matéria traz o slogan utilizado por Eduardo Siqueira Campos em 2014 e repetido por Mauro Carlesse nas eleições suplementares de 2018. A manchete sugere

falta de originalidade, mas no decorrer do texto é relatado o apoio do deputado estadual ao candidato a governo do estado.

Como apresentado por Oliveira (2010), o jornalismo político costuma ter caráter opinativo e identifica-se isso quando o portal diz que “apesar de parecer algo batido, é comum que as campanhas políticas se inspirem em outras que obtiveram *grandes sucessos*” (ARCO JORNAL, 2018, texto eletrônico, grifo nosso).

Foto 4: Kátia Abreu distribuiu rapadura entre candidatos durante debate, diz Veja



Fonte: *Print Screen* do portal Arco Jornal da matéria veiculada no dia 23 de maio de 2018 (acesso em 2 de junho de 2018)

O portal Arco Jornal se baseou na matéria publicada pelo Radar Veja que afirma que a candidata Kátia Abreu (PDT) alfinetou candidatos no intervalo do debate realizado na TV Record Palmas. Segundo o que foi publicado, Kátia Abreu ofereceu rapadura aos candidatos Márlon Reis (Rede) e Mário Lúcio (Psol) para “adoçar o clima”.

Embora a afirmação não seja falsa, a escolha das palavras “brincou com a situação” (ARCO JORNAL, 2018, texto eletrônico) no intertítulo da matéria do Arco dá a entender que houve um atrito durante o debate e que a candidata teria tentado alfinetar os demais concorrentes.

A legenda da foto publicada no facebook dizia que “Kátia é gente como a gente! \o/ Se tem debate na hora do almoço nada melhor que levar um potinho de rapadura pra aumentar a energia e a disposição. Uma mulher prevenida vale por duas, não é mesmo?!” (ABREU, 2018, via Facebook). Embora haja divergências, ao final da legenda, a página de Kátia Abreu traz o link da matéria original da Veja.

Outra divergência encontrada na matéria é na citação “segundo disse a eles, para tentar adoçar o clima. Não deu certo. O debate foi para lá de quente”, em que o portal credita a fala a um jornalista chamado Maurício Lima. A citação, na realidade, é parte da matéria divulgada na Veja, que foi escrita por Gabriel Mascarenhas, o que põe em dúvida o nível de apuração do portal Arco.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as análises quantitativa e qualitativa do portal Arco Jornal, concluímos que o portal apresenta-se com uma inferência maior a conteúdos políticos. Evidenciou-se ainda na análise que o site não atende a algumas diretrizes das técnicas de produção jornalística. Partindo de Medina (1988) as técnicas de angulação, captação de dados, edição e formulação do texto das matérias analisadas pecam em diferentes aspectos.

Nas matérias analisadas o portal não recorre a fontes para ilustrar os fatos abordados ou até complementar a narrativa. Na matéria que diz respeito à candidata Kátia Abreu identificou-se ainda uma confusão, pois o jornalista indicado como referência não é o produtor do texto original.

Especialmente as matérias com foco político e que são um serviço importante ao cidadão em período eleitoral precisam de fontes para que todos os lados sejam vistos. Já na matéria sobre o candidato Mauro Carlesse, um direito de resposta da assessoria sobre o uso do slogan poderia ser um complemento que enriqueceria a notícia. Além disso, a falta de assinatura de jornalistas ou da redação para que o leitor saiba quem produz cada notícia prejudica a credibilidade do jornalismo desempenhado pelo veículo.

Na análise das matérias selecionadas percebe-se que o portal não atende os critérios de webjornalismo: Multimedialidade, Hipertextualidade, Personalização e

Memória pois não faz uso dos recursos que a internet disponibiliza como vídeos, áudios, checagem de dados e as fotos não podem ser consideradas complemento do texto uma vez que são usadas apenas como item decorativo da matéria.

O único critério do webjornalismo que foi atendido pelo Arco Jornal é o de interatividade, em que os leitores podem deixar comentários sobre a matéria, além de estarem presente em todas as redes sociais.

O quesito memória, que garante que as matérias estejam disponíveis para o leitor a qualquer momento e em qualquer data, fica comprometido uma vez que o site saiu do ar no dia 02 de junho de 2018 e com isso todas as matérias ficaram indisponíveis.

A última matéria antes do site sair do ar foi publicada no dia 27 de maio, no entanto o site retornou com notícias no dia 7 de junho, abordando o tema da suspensão do voto impresso pelo Supremo Tribunal Federal (STF) e segue em funcionamento, com todas as matérias anteriores disponíveis novamente para consulta.

Diante disso, o Arco Jornal, que assume um papel de site jornalístico, não cumpre critérios de produção do jornalismo e do ciberjornalismo. Assim, é uma problemática que o site veicule informações aos leitores sem proporcionar a devida credibilidade e rigor das técnicas de produção. Em meio à um ano dramático, com eleições suplementares para governo do Tocantins, seguida de uma segunda eleição para governo do estado e escolha da nova presidência, podemos concluir que o papel jornalístico do não está sendo exercido corretamente e a qualidade do serviço oferecido ao leitor é comprometido.

Vale ainda ressaltar que o papel do profissional de jornalismo formado na academia é crucial para a produção de conteúdo em qualquer plataforma de comunicação, pois somente ele é capacitado em todas as áreas em que o portal Arco Jornal não obteve sucesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Kátia. Rapadura é doce mas não é mole não. In: **Facebook**. Palmas, 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/katiaabreugov/photos/a.213507305433216.47938.175986319185315/1638052569645342/?type=3&theater> >. Acesso em: 2 jun 2018.

ARCO JORNAL. **Campanha de Carlesse repete slogan utilizado por Eduardo Siqueira em 2014**. Palmas, 7 de maio de 2018. Disponível em: <https://arcojornal.com.br/politica/campanha-de-carlesse-repete-slogan-utilizado-por-eduardo-siqueira-em-2014/> >. Acesso em: 2 jun 2018.

ARCO JORNAL. **Candidato diz que se eleito vai despachar no HGP**. Palmas, 4 de maio de 2018. Disponível em: <https://arcojornal.com.br/politica/candidato-diz-que-se-eleito-vai-despachar-no-hgp/> >. Acesso em: 2 jun 2018.

ARCO JORNAL. **Kátia Abreu distribui rapadura entre candidatos durante debate, diz Veja**. Palmas, 23 de maio de 2018. Disponível em: <https://arcojornal.com.br/politica/katia-abreu-distribui-rapadura-entre-candidatos-durante-debate-diz-veja/> >. Acesso em 2 jun 2018.

CHRISTOFOLLETI, Rogério; LAUX, Ana Paula França. **Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera**, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/698/69830989003/> > Acesso em: 2 jun 2018.

FIDALGO, Antonio. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. In: **Pauta Geral**, Salvador, 2004.

MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Político: Democracia, Cidadania, Anomia*. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 35, p. 90-94, 2008.

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008.

MEDINA, Cremilda. Notícia. **Um produto à venda. Jornalismo e sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.

OLIVEIRA, Joana D'arc de. *Entre o jornalismo e o marketing político: a cobertura política do Jornal do Tocantins nas eleições municipais de Palmas 2008*. In: I Encontro de História da Mídia da Região Norte. 2010, Palmas. **Anais eletrônicos...** Palmas: UFT, 2010. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/ENTRE%20O%20JORNALISMO%20E%20O%20MARKETING%20POLITICO.pdf> >. Acesso em: 29 maio 2018.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online

brasileiro e português. In: Intercom, Salvador, 2002. **Anais XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador, 2002. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP2PALACIOS.pdf. Acesso em: 29 maio 2018.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. **Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Faculdade São Francisco de Barreiras - FASB: 2011. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf> Acesso em: 3 jun 2018.

ROCHA, Liana Vidgal. A mídia regional na era on-line: mapeamento dos sites e blogs jornalísticos no Estado do Tocantins. In: Intercom, 40., Curitiba, 2017. **Anais eletrônico...** Curitiba, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1487-1.pdf> >. Acesso em: 29 maio 2018.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de notícias: ações estratégicas das fontes no jornalismo**. Florianópolis, 2011. Disponível em:

SOUZA, Sarah Melisa Barros de; ROCHA, Liana Vidgal. Mídia regional: mapeamento dos veículos de comunicação no Estado do Tocantins. In: Intercom, São Paulo, 2016. **Anais eletrônico...** São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0410-1.pdf> >. Acesso em: 31 maio 2018.

TOCNOTÍCIAS. **Kátia Abreu Leva Rapadura Para Garantir o Lanche Durante o Debate**. Tocantinópolis, 2018. Disponível em: http://www.tocnoticias.com.br/mobile_le_noticia.php?idnoticia=24384 >. Acesso em: 2 jun 2018.