



Jornalismo regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa? ¹

Regional Journalism and Social Networks: Between New Opportunities for Participation or Participatory Apathy?

(ARTÍCULO)

RICARDO MORAIS. University of Beira Interior, Covilhã, Portugal. (ricardo.morais@labcom.ubi.pt)

JOÃO SOUSA. University of Beira Interior, Covilhã, Portugal. (joao.sousa@labcom.ubi.pt)

► Recibido: 04/enero/2012. Aceptado: 08/mayo/2012

RESUMEN

No seguimento de um conjunto de pesquisas que nos últimos anos têm procurado avaliar os mecanismos disponibilizados pelos media para a participação dos cidadãos, as redes sociais, particularmente o Twitter e o Facebook, têm sido apontadas como novos espaços participativos. Questiona-se neste trabalho em que medida estas podem constituir-se como fontes revitalizadoras da participação cívica na esfera pública on-line. Serão as redes sociais mecanismos mais atractivos para receber a participação dos cidadãos? Num contexto de imprensa regional tentamos perceber de que forma estes jornais marcam presença nas redes sociais, alargando as oportunidades para o exercício de uma cidadania mais activa. Colocamos em comparação oito publicações regionais, procurando perceber como gerem a sua presença nas redes sociais e de que forma estas representam efectivamente uma nova possibilidade de participação.

Palabras clave: jornalismo regional, participação, redes sociais, cidadãos, jornais.

¹ Investigação financiada pela Fundação Portuguesa para a Ciência e Tecnologia. Uma versão deste trabalho foi apresentada no 7º Congresso da Sociedade Portuguesa de Comunicação (SOPCOM), em Dezembro de 2011.

ABSTRACT

Following a series of studies in recent years that has sought to evaluate the mechanisms provided by the media for citizen participation, social networks, particularly Facebook and Twitter, has been appointed as new participatory spaces. This work wonders to what extent they can be as sources revitalizing civic participation in the online public sphere. Social networking mechanisms will be more attractive to receive citizens' participation? In the context of regional press as well we try to understand how newspapers are present in social networks, expanding opportunities for the exercise of active citizenship. To achieve this place, we compare eight regional publications studied in the project "Citizens' Agenda", sensing how they manage their presence on social networks and how they actually represent a new possibility of participation.

Keywords: regional journalism, participation, social networks, citizens, newspapers.

2 “Os contextos da comunicação num mundo em mudança: a Internet, as oportunidades de participação e o jornalismo regional”, apresentada na Second International Conference on Media and Communication (ICMC) na Universidad San Pablo, Madrid a 16 de Junho.

3 O projecto “Agenda do Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media portugueses” apoiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), trabalha em parceria com oito jornais regionais: Grande Porto, Jornal da Bairrada, Jornal do Centro, Diário As Beiras, O Ribatejo, Região de Leiria, Jornal do Fundão e O Algarve. Neste sentido, no âmbito do projecto, a análise empreendida funciona como um estudo de caso múltiplo e não tem portanto pretensões de extrapolação. Assim, também a presente investigação, ao analisar apenas um conjunto restrito de publicações não tem qualquer intuito de generalização e funciona de igual forma como um estudo de caso múltiplo.

O desenvolvimento que as novas tecnologias da comunicação conheceram nos últimos anos tem marcado decisivamente o quotidiano das mais diversas áreas das sociedades modernas. O campo dos *media* não é excepção e tem sofrido um conjunto de transformações que alteraram radicalmente a própria natureza do jornalismo. Estas mudanças resultam, na sua maioria, da crença de que as tecnologias abrem novas vias para a participação dos cidadãos.

Neste contexto, em trabalho desenvolvido anteriormente² analisámos os mecanismos de participação disponibilizados pelas páginas de um conjunto de meios de comunicação regional que integram o Projecto “Agenda dos Cidadãos”.³ No decorrer dessa análise concluímos que a hipótese segundo a qual a Internet seria uma plataforma capaz de diversificar e potenciar as possibilidades de uma revitalização da participação cívica não se confirmava, pelo menos em relação às páginas dos jornais. No entanto, observámos a proeminência de duas redes sociais, o Twitter e o Facebook. Face à importância que estas redes parecem adquirir, a análise da participação nestes espaços sociais constitui-se como um desafio de investigação. Para darmos resposta a este desafio, concebemos, no plano metodológico, o método comparativo, que nos permitiu colocar em comparação, durante um período de dez dias (1 a 10 de Setembro), as oito publicações regionais. Este artigo centra a sua análise na imprensa regional porque existem indícios de que as redes sociais podem contribuir para um melhor jornalismo de proximidade, mantendo uma relação directa entre os jornais e os seus leitores.

MARCO TEÓRICO

O PROBLEMA DA PARTICIPAÇÃO NAS SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS

O contexto vivido contemporaneamente é de indubitável incremento tecnológico e informacional. Estes dois aspectos, ainda que distintos, partilham um amplo espaço, sendo que a relação entre estes inscreve-se no domínio dialéctico, onde se por um lado a tecnologia funciona como suporte e veiculador de fluxos de informação, promovendo deste modo a permanente mutação e reconfiguração das práticas e estruturas sociais, também é verdade que por outro lado, a aceleração e a constante exposição a novos tipos de conhecimento, desemboca quase invariavelmente na promoção da reflexividade, por via do estabelecimento de interligações que colocam os lugares mais inóspitos do mundo em conexão.

Estamos, com efeito, no terreno de uma contemporaneidade que põe em marcha um processo sem qualquer precedente na longa narrativa humana, colocando em estado precário, ou de colapso eminente, “velhas” instituições sociais, como a reli-

gião e até a política, enquanto espaço privilegiado do exercício de poder por parte das grandes organizações institucionais. Nesta linha de pensamento, não podemos deixar de salientar o importante contributo de Zygmunt Bauman (2000), que nos fala da liquefacção das sólidas instituições da era fordista, mais propriamente da modernidade industrial.

Do vasto campo das alterações que este processo acarreta, é no plano estrutural, mas também no do indivíduo, que ocorrem as mudanças que pautam as sociedades contemporâneas. Ora, a política, entendida como o exercício do poder ao nível organizacional, está presentemente a manifestar um certo desajustamento à contemporaneidade, manifesto no afastamento e distanciação dos cidadãos relativamente a esta.

O exercício da política, em si, encerra um vasto complexo de negociação permanente entre as estruturas e cada actor social. Este aspecto ganha especiais contornos de relevância quando consideramos a velha tríade de direitos cívicos, sociais e políticos, onde esta última tipologia joga um papel vanguardista, em face da sua génese e desenvolvimento se proporcionar no âmbito do designado Estado-Providência. Mas este último conjunto de direitos tem outra particularidade que o distingue das gerações precedentes. Esta idiosincrasia diz respeito à componente pró-activa de efectivação que estes direitos têm para a sua realização concreta. Tal como Manuel Villaverde Cabral (2000, p. 87) alega, “ao contrário dos atributos de cidadania cívica e social, os atributos da cidadania política nunca são automáticos, mas sim algo que tem de ser exercido individualmente de forma activa”.

Neste cenário, estamos perante um contexto que é pautado pelo parco exercício cívico e político em Portugal. Deste modo, partimos da grande elação de Villaverde Cabral (2000), que advoga a existência de uma impregnada cultura de distanciamento entre governantes e governados, formada por uma forte disjunção entre a oferta e a procura. No fundo, sublinhamos o não reconhecimento do mercado político como fornecedor de bens políticos que encontrem guarida entre a população, mormente entre as gerações mais novas e utilizadoras maioritárias das redes sociais e novas tecnologias, o que em última instância se poderá reflectir no défice de participação cívica e política em Portugal. Assim, e num momento da modernidade em que se assiste à intensificação do uso de tecnologias nos mais diversos domínios da actividade social, mas muito particularmente no plano da interacção social e na comunicação, questionamos em que medida as novas tecnologias, materializadas nas redes sociais, se assumem como um mecanismo alternativo, capaz de revitalizar a participação cívica e política ao nível local?

DA MODERNIZAÇÃO REFLEXIVA ÀS REDES SOCIAIS: O DESAFIO DA PARTICIPAÇÃO CÍVICA

O programa de modernização colocado em andamento há dois séculos e meio no designado mundo ocidental tem como força motriz um constante reequacionar das grandes estruturas sociais. Este programa de profundas mudanças, verificadas nos mais diversos níveis, tem associado um poderoso e inigualável incremento da industrialização, mormente na sua forma capitalista.

Extrapolando o mero sentido do capitalismo e passando-o a considerar como um modelo (dominante) de organização económica, mas sobretudo política, social e cultural, onde a lógica concorrencial preside a toda a actividade social, podemos considerar a partir deste pressuposto que este tipo de organização assenta numa forte componente dinâmica técnica e tecnológica, no fundo de inovação, onde se procura de modo constante maiores níveis de eficiência, isto é, a procura constante de melhorar o rácio entre recursos mobilizados e o “output” daí resultante. Podemos assim considerar que está inerente à condição moderna o ímpeto para o incremento tecnológico.

Neste sentido, podemos perceber a tecnologia como um precioso mecanismo pelo qual a actividade humana impõe, quer ao nível da intensidade, quer ao nível da extensividade, um ritmo de mudança das estruturas sociais sem precedentes. Concretizando, diríamos tal como Tom Burns e Helena Flam que “as tecnologias são artefactos (ferramentas, maquinaria, equipamento, edifícios, etc) que aumentam as capacidades da acção humana, constituindo, por isso, fontes de poder” (Schon, 1975; Hummon, 1984; Margolis, 1978; McGinn, 1978; apud Burns & Flam, 2000, p. 248). Daqui resulta um perspectivar da tecnologia que se substancia na própria actividade humana, facultando-lhe novas possibilidades, não a determinando, mas sim existindo um vasto domínio de criação e recriação por parte do actor social.

Se passarmos a ter como referência o plano dos actores sociais, o contexto contemporâneo é indubitavelmente pautado pelo incremento da reflexividade social, entendida como o “(...) facto de as práticas sociais serem constantemente examinadas e reformadas à luz da informação sobre essas mesmas práticas, alterando assim constitutivamente o seu carácter” (Giddens, 2006, p. 27), ao nível das práticas quotidianas.

Com esta alusão, queremos constituir como postulado da presente análise o modo de fazer e de agir dos diferen-

tes actores sociais nas sociedades contemporâneas, enquanto um tipo de procedimento reflexivo, em que as condutas são permanentemente confrontadas com um novo tipo de conhecimento, levando a que o agente social possa ponderar entre um diversificado leque de opções, nomeadamente no que diz respeito à participação e exercício da cidadania, tendo como recurso artefactos tecnológicos, como as redes sociais. Nesta medida, um requisito primordial para a utilização desta tipologia de mecanismos prende-se com atributos reflexivos, que de forma mais insistente se encontram algures entre aquilo a que Jürgen Habermas (2009, p. 57) designa por trabalho ou acção teleológica, definindo-a como “a acção instrumental orienta-se para regras técnicas que se apoiam no saber empírico”, mas também a acção comunicativa, concebida como “(...) uma interacção simbolicamente mediada. Ela orienta-se segundo normas de vigência obrigatória que definem as expectativas recíprocas de comportamento e que têm de ser entendidas e reconhecidas, pelo menos, por dois sujeitos agentes”. Por conseguinte, a construção teórica da presente pesquisa passa pela tentativa de ensaio de uma síntese entre a capacidade racional de cada actor e as capacidades comunicacionais de cada um destes, constituindo-se como o agregador da acção social, enquanto mecanismo de interacção social. No fundo, estamos a aludir à emergência e consolidação de um tipo de organização societal, em que a reflexividade assume um papel central, levando-nos com efeito a integrar na presente análise o conceito de modernização reflexiva.

Assim, atendendo ao já extenso leque de estudos, inclusive o dos autores deste, já anteriormente referenciado, existe um enorme défice de participação, que poderá ser atenuado, mas não colmatado totalmente por recurso a estes novos instrumentos tecnológicos. Nesta medida, a reflexividade promove alterações ao nível estrutural, com mudanças nas mais diversas funções das diferentes instituições, mas também ao nível micro-sociológico, ou seja, no plano das normas e valores que presidem ao exercício cívico.

O JORNALISMO REGIONAL NO CONTEXTO DAS REDES SOCIAIS: DESAFIOS DE PROXIMIDADE

Diversos estudos têm centrado a sua análise nas novas tecnologias por acreditarem que estas abrem vias para a participação dos utilizadores (Lopez, 2007). Esta ideia surge sobretudo com o advento da Web 2.0, momento em que começam a emergir blogues e sites, espaços de participação activa, em que se passa de um modelo de comunicação unidireccional, para um modelo bidireccional, de todos para todos, ou seja,

começamos a ter espaços em que a comunicação deixa de se fazer num único sentido e começa a funcionar segundo um princípio de interactividade. Não sendo uma novidade, a verdade é que a participação dos cidadãos no âmbito dos meios de comunicação ganha, com as novas tecnologias, renovada pertinência, uma vez que com estas emergem novos cenários para as práticas jornalísticas, mas sobretudo para os consumidores de informação que vêem assim aumentadas as possibilidades da sua própria participação.

No entanto, a expansão das novas tecnologias da comunicação no campo dos *media* não tem produzido os resultados esperados. Apesar do potencial participativo das novas ferramentas da Internet, a verdade é que de um modo geral os meios de comunicação não têm sabido aproveitar todas as potencialidades da Internet (Bastos, 2009; Jerónimo, 2010; Jerónimo & Duarte, 2010). Em trabalho que desenvolvemos anteriormente constatámos precisamente esta realidade em relação aos meios regionais. Concluimos que as versões *online* dos jornais são efectivamente de acesso e participação mais democráticos relativamente às versões em papel, contudo verificámos que a existência de mecanismos para a participação não significava efectivamente uma maior participação por parte dos cidadãos. No contexto do estudo desenvolvido, o Twitter e o Facebook, considerados por muitos as principais redes sociais, indicavam dispor de mais participação, reforçando a importância do estudo destes espaços. Importa por isso estudar as redes sociais sob o ponto de vista da participação dos actores sociais, e nesse sentido começamos por analisar o que se entende por redes sociais.

A ideia de rede social não é nova, mas após o advento da Web 2.0 este conceito passou a ser largamente associado à comunicação no ciberespaço, uma vez que “(...) cada vez mais, as pessoas estão organizadas não simplesmente em redes sociais, mas em redes sociais mediadas por computador” (Castells, 2004, p. 110). Também Raquel Recuero salienta que os *sites* de redes sociais não são algo novo, “mas uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos actores sociais” (2009, p. 102). A autora entende assim que uma

rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. (2009, p. 25)

Recuero (2009) realça ainda o facto de as redes sociais ampliarem as possibilidades de conexões e também a capa-

cidade de difusão de informações, uma vez que ao contrário do que acontece “no espaço *offline*, onde uma notícia ou informação só se propaga na rede através das conversas entre as pessoas, nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas” (pp. 25-26).

Neste sentido, as redes sociais, além de terem potencial para colaboração têm também potencial para a difusão de informações e para a redefinição de alguns valores sociais. “Uma rede social não é uma ferramenta, mas apropria-se delas para expressar suas identidades, construir seus valores e operar de forma coletiva” (Recuero, 2009, pp. 25-26).

Assim, a própria natureza das redes sociais e aquilo que as caracteriza, permite-nos desde logo perceber como as rotinas de produção noticiosa são afectadas, mas também como o próprio consumo informativo dos cidadãos sofre alterações. Do ponto de vista da actividade jornalística, as mudanças verificam-se sobretudo em duas fases cruciais do processo de produção: na recolha de informação e na distribuição de notícias.

Considerando a recolha de informação, as redes sociais representam em simultâneo uma oportunidade e um desafio para os jornalistas, que se veem confrontados com o aumento do número de fontes de informação e conseqüentemente a dificuldade de confirmar cada uma delas. Neste contexto, a relação do profissional do jornalismo com as redes levou mesmo à criação de códigos de conduta para que a credibilidade do órgão de comunicação social não fosse colocada em causa (Rodrigues, 2010).

Mas as consequências deste aumento de informação que circula nas redes afectam também o processo de distribuição. Os meios de comunicação encontraram nas redes uma nova forma de distribuir os seus conteúdos e aproximarem-se do público.

Este novo canal comunicativo fez com que os meios tivessem que adaptar o seu discurso a uma nova realidade. Por causa dele tornou-se necessário desenvolver uma nova forma de contar a informação. Agora, o Facebook ou outras redes sociais permitem que os meios de comunicação tenham uma atitude proactiva e sejam eles a decidir o que oferecem aos seus leitores. Já não é o receptor quem procura a informação, mas a informação que procura os leitores.⁴ (Garcia Álvarez, Rodriguez & Talavera, 2010)

As redes sociais passam assim a ser usadas pelos meios de comunicação sobretudo como plataformas de difusão de conteúdos jornalísticos, e em particular enquanto dispositivos de *breaking news*, o que representa também uma mudança dos

4 “Este nuevo canal comunicativo ha hecho que los medios hayan tenido que adaptar su discurso a una nueva realidad. Por ello se ha hecho necesario desarrollar una nueva forma de contar la información. Ahora, Facebook u otras redes sociales permiten a los medios de comunicación tener una actitud proactiva y ser ellos los que deciden qué ofertan a sus lectores. Ya no es el receptor quién acude a la información, sino que la información busca lectores” (Garcia Álvarez, Rodriguez & Talavera, 2010)

hábitos de consumo informativo dos cidadãos. De acordo com um estudo da Retrevo (2010) 42% dos americanos começam o dia a consultar as redes sociais procurando aqui as primeiras informações. Já o estudo do The Pew Internet & American Life Project (2010) refere que 23% dos consumidores de notícias online seguem os conteúdos jornalísticos disponibilizados nas redes sociais pelos media tradicionais ou pelos jornalistas.

Para além de um nova forma de acesso às notícias, uma importante mudança introduzida pelas redes sociais no consumo informativo está relacionada com as oportunidades de participação que se abrem para os cidadãos intervirem na produção noticiosa, através dos comentários. Mas o consumo noticioso dos cidadãos neste novo ecossistema mediático (Canavilhas, 2010) ganha ainda mais importância se pensarmos que, como nos diz o estudo do Pew Project for Excellence in Journalism (2010) “as notícias são hoje cada vez mais uma experiência social partilhada”.⁵ Por sua vez, de acordo com a já referida pesquisa The Pew Internet & American Life Project (2010) 75% dos utilizadores de redes sociais consome notícias através dos links que recebe de amigos, e 52% afirma já ter partilhado notícias através das redes. Estamos portanto perante um novo tipo de consumo informativo, uma vez que lhe está associado uma actividade de seleção e redistribuição. Os leitores funcionam

como uma espécie de novos gatekeepers que comentam e seleccionam as notícias mais interessantes para os seus amigos (Facebook) ou seguidores (Twitter) (...) aproximando os dois extremos do processo de produção de notícias, a recolha de informação e a distribuição dos conteúdos. (Canavilhas, 2010, p. 3)

Seguindo a ideia que as novas tecnologias abrem vias para a participação dos utilizadores, os meios de comunicação, sentido a necessidade de uma maior proximidade com os actores sociais, passaram a marcar presença nas redes sociais. Esta presença pode ser especialmente importante no contexto de uma imprensa regional, cujo principal elemento distintivo é precisamente “(...) a proximidade face aos agentes e às instituições sociais que dominam esse espaço, o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local” (Camponez, 2002, p. 19). Por outro lado, o facto de a imprensa regional ser uma realidade que vive com dificuldades, nomeadamente aos níveis económicos, de recursos humanos e técnicos, não significa que esta não possa encontrar nas redes sociais uma nova oportunidade, com custos reduzidos e com enormes potencialidades para continuar a desenvolver um jornalismo de proximidade suportado pelos novos paradigmas tecnológicos.

METODOLOGÍA

A PRESENÇA DOS JORNAIS REGIONAIS NAS REDES SOCIAIS: O ESTUDO EMPÍRICO

Em trabalho anterior procurámos desenvolver um estudo comparativo das oportunidades de participação disponibilizadas por um conjunto de sites de jornais regionais parceiros do Projecto “Agenda dos Cidadãos”. O presente estudo, ainda que sob o mesmo tema, centra a sua análise num objecto diferente, ou seja, procura efectuar um levantamento dos títulos que marcam presença no Facebook e no Twitter, com o intuito de perceber como é gerida esta presença do ponto de vista da relação com os utilizadores destas redes sociais, tendo em conta a participação, a interactividade e a reciprocidade. Para concretizarmos este objectivo foi necessária a adopção de um procedimento metodológico para captar a complexidade de aspectos que podemos encontrar nas redes sociais. Assim, optámos pela análise de conteúdo, uma técnica eminentemente descritiva, que procura descrever uma situação, observar, registar, classificar, analisar, interpretar e relacionar fenómenos.

Apesar desta técnica se inserir dentro do grupo de metodologias qualitativas, dentro da análise de conteúdo utilizámos a análise quantitativa directa, que consiste em contabilizar as respostas tal qual elas aparecem, recorrendo para isso ao software IBM SPSS Statistics (versão 19), que nos permite a construção de uma base de dados e a transformação destes dados em informações através da realização de um conjunto de análises estatísticas. Neste sentido, fazemos uso igualmente neste estudo da análise quantitativa indirecta, ou seja, para além do que obtivemos como resultado claro e manifesto, procurámos obter por inferência aquilo que se encontra nos interstícios da comunicação. Importa neste ponto esclarecer que apesar de nesta investigação em particular termos recorrido à análise quantitativa, consideramos que o recurso a diferentes estratégias de recolha de dados contribuiu para o reforço da validade da investigação e nesse sentido valorizamos também a dimensão qualitativa enquanto forma de conhecer como as pessoas experienciam e interpretam o mundo social. A dimensão quantitativa foi assim privilegiada pelo facto de a disseminação da informação na rede obrigar a uma técnica que permitisse a sistematização dos dados.

A investigação passou assim, para além da indicação da presença ou não nas redes sociais, pela análise de todas as mensagens disponíveis entre os dias 1 e 10 de Setembro de 2011 nas contas do Facebook e do Twitter dos jornais, estando a escolha deste período relacionada com a data de saída de duas edições impressas das mesmas.⁶ Assim, foram 1) identificados o número de amigos ou pessoas que gostam da página no caso do Facebook,

⁵ “News today is increasingly a shared, social experience” (Pew Project for Excellence in Journalism, 2010).

os seguidores (*followers*) e seguidos (*following*) no caso do Twitter; 2) o número de mensagens dos jornais e as suas temáticas; 3) o número de comentários às mensagens, o sexo dos comentadores e a existência de resposta por parte dos jornais a esses comentários; 4) a existência e a participação em sondagens também foram verificadas.

Com base nos dados que apresentaremos de seguida procurámos entender qual o papel que as redes sociais desempenham no contexto dos jornais regionais, ou seja, como é que os jornais estão a utilizar estas ferramentas de comunicação e em que medida é que existe uma maior participação por parte dos cidadãos nestes espaços.

RESULTADOS

O JORNALISMO REGIONAL E A PARTICIPAÇÃO NO FACEBOOK E NO TWITTER

Ao longo da primeira parte tivemos oportunidade de definir como eixo analítico a capacidade negociadora e de tomada de decisão por parte do agente social relativamente ao contributo e participação cívica em contexto de redes sociais. Por outro lado, foi também objecto de desenvolvimento teórico a componente interactiva, que os próprios responsáveis de cada página têm, promovendo o diálogo e a interacção entre redacção e os seus leitores *online*.

Uma primeira abordagem aos dados colectados na referida análise de conteúdo passa pelo agrupar das publicações objecto de pesquisa em três grupos, quanto ao número de amigos ou seguidores. Podemos colocar num primeiro grupo o *Jornal do Fundão*, *Grande Porto* e *Jornal do Centro*, com respectivamente 701, 804 e 840 amigos no caso do primeiro, e seguidores no segundo e terceiros casos. Um segundo grupo agrega os dois jornais que estão numa situação intermédia quanto ao número de amigos e seguidores, referimo-nos ao *Jornal da Bairrada* e *Região de Leiria*, contando cada um destes com 2718 e 3740. Um último grupo é constituído pelo *Diário As Beiras* com 5143 seguidores e finalmente *O Ribatejo* com 5898. Deste modo reconstruímos uma escala gradativa onde os oito jornais podem ser enquadrados e localizados. Acrescente-se que também o jornal *O Algarve* fez parte desta pesquisa, porém não foi encontrada qualquer página do mesmo no Facebook ou no Twitter. Verificámos ainda a actividade nas respectivas contas, constatando que nos jornais do primeiro grupo é reduzida ou até mesmo nula, dado que se no caso do *Jornal do Fundão* a última publicação data de 28 de Agosto, já no *Grande Porto*, ainda que semanal, a publicação é exclusivamente da primeira página, já no caso do *Jornal do Centro* publica regularmente a primeira página e artigos de opinião.

Nos restantes jornais verifica-se a publicação regular (varias vezes por dia) de notícias nas redes sociais.⁷

Um dos eixos analíticos da presente análise passava pela medição e quantificação da dinâmica levada a cabo pelas publicações em questão. Nesse sentido procedeu-se à contabilização das mensagens publicadas por estas. Assim, pudemos apurar que num primeiro grupo encontramos o *Jornal do Fundão* com 0 e o *Grande Porto* com uma mensagem, num patamar acima o *Jornal do Centro*, com 14, seguido de um agregado de publicações composto pelo *Jornal da Bairrada* com 33, *Região de Leiria* com 36 e *O Ribatejo* com 44. Finalmente, o *Diário As Beiras* com 107 publicações assume neste indicador um claro destaque. Ainda no plano da publicação de mensagens ter-se-á de fazer uma menção ao enquadramento temático predominante. Por conseguinte, obtivemos para a política 15 mensagens, 46 de índole cultural, 16 de economia, derivadas de assuntos desportivos obtivemos 30, já a religião não ultrapassou as 3 no cômputo das oito publicações em análise.⁸ Para além desta indicação das principais temáticas das publicações, consideramos importante, como forma de aprofundar a análise, referir que o tipo de mensagens publicado pelos jornais segue uma estratégia semelhante à utilizada pelos jornais quando criaram os seus primeiros websites, ou seja, o *shovelware*, com a simples cópia dos conteúdos dos websites para as contas do Facebook e também do Twitter. Sendo esta a tendência ao nível da publicação, verificam-se apenas três diferentes tipos de publicações: notícias, textos de opinião e questionários. Funcionado sempre como uma ligação para a página do próprio jornal, grande parte das publicações são efetivamente notícias. Outro aspecto que se pode destacar tem a ver com as primeiras páginas das edições dos jornais que surgem semanalmente ou diariamente nas redes. Dentro das temáticas, se quiséssemos destacar um tipo particular de mensagens que os meios publicam, teríamos necessariamente de referir os assuntos culturais. Neste sentido, é perceptível um certo padrão em torno da publicação de mensagens que anunciam um determinado evento cultural que vai decorrer, assumindo portanto uma lógica de promoção e divulgação. Esta tendência, ainda que em menor número, verifica-se também com os eventos desportivos.

Procurámos ainda medir a maior/menor utilização deste tipo de artefactos tecnológicos, no que diz respeito à realização de pequenas sondagens no âmbito do Facebook, colocando uma questão inicial e um correspondente leque de opções. Neste domínio, o leitor terá um papel que se pode adjectivar como pró-activo, isto é, um agir reflexivo e comunicacional, uma vez que está limitado a um lote de opções previamente estabelecidas.

6 Referimo-nos

nomeadamente às edições dos dias 1/2 e 8/9 de Setembro. O "Diário As Beiras" é o único jornal que tem uma periodicidade diferente dos restantes, no entanto considerámos o mesmo período de análise por uma questão de uniformidade dos procedimentos metodológicos.

7 Importa referir que os números apresentados em relação quer ao número de seguidores, quer à periodicidade de publicação dizem apenas respeito ao período analisado, uma vez que actualmente quase todas as publicações já têm um maior número de seguidores e começam a actualizar com maior frequência as suas páginas nas redes.

8 Foram ainda colectadas outras categorias temáticas, mas dada a ausência de relevância empírica e analítica, não são mencionadas na presente pesquisa.

das. Assim, podemos verificar que apenas o *Jornal da Bairrada* e o *Região de Leiria* fazem deste mecanismo de diálogo com o seu público, uma ferramenta de interação, com respectivamente 1 e 2 sondagens. Se em relação às publicações é difícil identificar um tipo particular de notícias, já no que diz respeito às questões colocadas aos leitores numa lógica de sondagem é interessante verificar que nos três casos as perguntas não dizem directamente respeito a assuntos da esfera regional ou local, mas antes da nacional, ainda que com implicações nas restantes esferas (Já está a sentir o efeito das medidas da Troika?; concorda com a proposta do Bastonário da Ordem dos Médicos de criar um imposto sobre a *fast-food*?; concorda com a proposta do Bloco de Esquerda de criar um imposto de solidariedade sobre as grandes fortunas?).

Num plano acentuadamente mais reflexivo em que ao actor é solicitado que tome parte activa de uma qualquer discussão temática, diz respeito à realização de comentários às já referidas mensagens publicadas no mural de cada jornal.

Observando a distribuição empírica dos dados, verificamos que existem 129, dos quais 86 foram elaborados por actores sociais do sexo masculino e os restantes por leitores do sexo feminino, o que em termos relativos se traduz em 64.3% e 35.7% respectivamente. Este dado é substancialmente relevante, dadas as históricas e bastante documentadas assimetrias de género no contexto português no domínio da participação cívica e política. Refira-se que em três (*Grande Porto, Jornal do Centro e Jornal do Fundão*) dos oito jornais não existe qualquer comentário. Num patamar acima encontra-se o jornal *O Ribatejo* com 14, seguindo-se um terceiro grupo com o *Região de Leiria* e o *Diário As Beiras* com 23 e 29 respectivamente. Finalmente encontramos no mural do *Jornal da Bairrada* um exponencial valor de comentários, cifrando-se nos 63. Este último valor revela especial interesse analítico, dado estarmos a tratar de um jornal que não é o que detém um maior número de mensagens publicadas no seu mural, porém detém o maior número de comentários e de participação. Devemos no entanto referir que mais de metade dos comentários são testemunhos pessoais, e em apenas um terço podemos encontrar a posição dos leitores em relação ao conteúdo das mensagens. Da mesma forma devemos considerar que apenas uma parte dos comentários considera comentários de outros leitores, não se verificando uma verdadeira reciprocidade. Neste contexto é importante clarificar que quando falamos de testemunhos pessoais nos referimos a opiniões manifestadas pelos leitores que na maior parte dos casos evidenciam um desconhecimento em relação à mensagem ou notícia e portanto pode-se mesmo conside-

rar que poderão resultar de uma ausência de leitura da notícia, ficando-se apenas pelo título da mesma. Esta questão é interessante se pensarmos sob o ponto de vista de quem comenta as publicações e o que pretendem esses cidadãos com o comentário, uma vez que nos parece, ainda que apenas com base no período analisado, que são poucos os leitores interessados em participar de uma forma mais activa, ou seja, acrescentado novas fontes, informações factuais ou *links* para outros conteúdos que contribuam para a discussão de um determinado assunto e o estabelecimento de um debate. Apenas em três comentários se verifica a publicação de links para nova informação relacionada com o assunto em questão, tratando-se respectivamente de um notícia sobre desporto, uma sobre educação e um texto de opinião igualmente sobre educação. Outro dado que corrobora esta ideia está relacionado com o facto de apenas oito leitores utilizarem um recurso ao seu dispor e que passa pela publicação no mural do jornal de informação, ou seja, tomando a iniciativa e dando informações sobre eventos que vão decorrer.

Se por sua vez procurarmos estabelecer uma ligação entre que tipo de notícias têm maior número de comentários, verificamos uma grande fragmentação, em parte pelo reduzido número de comentários, sendo difícil perceber qualquer tipo de padrão, o que necessariamente nos leva a indagar que importa cada vez mais perceber o que leva as pessoas a participar no contexto das redes sociais. Mesmo pensando na partilha de informação, a verdade é que não se verificou durante o período analisado a partilha de nenhum conteúdo publicado por parte do jornal. Estes aspectos levam-nos assim a indagar sobre o tipo de participação dos leitores nas redes e o motivo que pode levar os cidadãos a assumir um papel mais activo, ao mesmo tempo que abre espaço para pensarmos no que fazem os meios com a participação dos cidadãos e se a falta de intervenção não pode estar relacionada com uma certa ausência de reconhecimento por parte dos meios em relação à opinião do cidadão. A verdade é que os jornais se limitam na maior parte dos casos a publicar as notícias, não intervindo no espaço de comentários por exemplo, o que pode ter diversas explicações, mas no contexto regional não será alheio ao reduzido número de profissionais das publicações. Quem dentro do jornal é responsável pelas redes sociais e se existe efectivamente uma pessoa para desempenhar essa tarefa é outra importante questão que deve ser pensada no futuro.

Já no que diz respeito ao Twitter, no decorrer da análise percebemos que os jornais analisados atribuem pouca importância

a esta rede social, tendência que se evidencia não só pelos jornais que não marcam presença nesta rede (*Jornal da Bairrada* e *Grande Porto*), mas também pelo número reduzido de mensagens e falta de actualização das páginas. Neste contexto, não procedemos a um estudo aprofundado dos tweets por entendermos que, de uma forma geral,⁹ os jornais publicam pouco neste espaço e os seguidores das publicações não interagem com as fontes das notícias.

CONCLUSÕES

O presente artigo pretendeu analisar de que forma um conjunto de títulos de imprensa regional marcam presença nas redes sociais, partindo da ideia que estas fazem hoje parte dos novos contextos e processos comunicacionais que emergem no seio da Internet, e que abrem novas oportunidades para a participação dos cidadãos. Se é verdade que a participação dos cidadãos não é algo novo, lembre-se o caso das cartas ao director, a realidade é que nunca como hoje estiveram reunidas as condições para uma maior e mais efectiva participação.

O jornalismo online só por si representa uma inovação e uma abertura sem precedentes, porém, os estudos já efectuados revelaram que grande parte dos *media* portugueses não aproveitaram as potencialidades decorrentes da presença num ambiente comunicacional como a Internet. Neste contexto, assistimos recentemente a uma tendência crescente que encara as redes sociais como uma nova oportunidade para revitalizar a participação cívica. Focámos a nossa atenção no âmbito local e regional por considerarmos que aqui, onde a proximidade com as comunidades é maior, existiria também maior disponibilidade para a promoção do debate, aproximando jornalistas, leitores e comunidade. A imprensa regional assume-se assim como portadora de um papel charneira na compreensão de fenómenos sociais tão relevantes como a participação cívica, como forma de promoção dos laços comunitários, sendo que as tecnologias de informação inserem aqui um dado novo e relevante que se prende sobretudo com a diversificação dos mecanismos para a participação no espaço público.

Assim, o estudo empírico que realizámos resulta da convergência de um objecto de estudo, como é a imprensa local e regional, que não tem passado ao lado do incremento do aparato tecnológico e nos permite aferir do maior uso das redes sociais pelos jornais analisados sobretudo como forma de divulgação de notícias, procurando desta forma aumentar a audiência dos meios de comunicação. No entanto, tal como verificámos em relação às páginas dos jornais, também aqui existem casos em que a presença nas redes sociais é descurada, não se verificando

a actualização das informações nelas disponibilizadas.

Particularizando, a presença dos jornais no Twitter é substancialmente menor, sobretudo pelas limitações deste espaço para uma participação mais activa. Para além do facto de nem todas as publicações marcarem presença nesta plataforma, esta é para os jornais analisados, sobretudo uma plataforma para disseminação de informação, apresentando limitações nas possibilidades de participação e interacção.

No caso do Facebook a situação é algo distinta. Desde logo face à presença da totalidade das publicações nesta rede social, mas também no que concerne às dinâmicas e sentidos da comunicação estabelecidos, uma vez que para além da divulgação de informação esta pode funcionar como um espaço para o debate e interacção, como o provam os comentários que os leitores deixam nas mensagens dos jornais analisados, com destaque para o “*Jornal da Bairrada*” com 63 comentários destaca-se de todos os restantes. Contudo, não devemos ignorar o facto de grande parte das publicações terem comentários de natureza pessoal, não focando propriamente o assunto em causa. Por outro lado, verificámos também que poucas são as ocasiões em que se verifica um diálogo ou debate, uma vez que as pessoas raramente consideram os comentários de outros participantes. As poucas vezes em que essa interacção se regista, é apenas entre os leitores, o que significa também que o jornal acaba por ter um papel pouco activo.

Assim, ainda que em diferentes níveis, podemos sublinhar que o *Jornal da Bairrada*, o *Diário As Beiras*, o *Região de Leiria* e o *Ribatejo* são as publicações que mantêm a sua presença nas redes sociais mais actualizada, com maior número de mensagens e onde a participação dos cidadãos é mais expressiva. Contudo, parece-nos evidente que os jornais regionais analisados ainda estão numa fase de exploração do potencial das redes, nomeadamente quanto à sua utilização para outros fins que não apenas a divulgação de informações, por exemplo a realização de sondagens e a promoção de debates. Um outro facto suficientemente relevante passa pela existência de uma grande heterogeneidade interna das oito publicações no que concerne ao número de seguidores/amigos. Concretizando, diríamos que numa ponta está o *Jornal do Fundão* com apenas 701, do outro, o *Diário As Beiras* com 5143. Este facto quantitativo tem repercussões ao nível da ampliação e divulgação da informação de cada um dos jornais em estudo. Facto também ele relevante e a considerar na discussão do presente estudo diz respeito às tão famigeradas assimetrias participativas de carácter cívico e político entre géneros, nos quais apenas 35,7% são do sexo feminino, ou por outras palavras, pouco mais de 1/3 dos comentadores são mulheres.

⁹ Os jornais O Ribatejo, Região de Leiria e Diário As Beiras são aqueles que apresentam maior número de tweets tendo em conta o período de análise. São também aqueles que mantêm uma presença mais regular neste espaço, nomeadamente adoptando uma estratégia de repetição das publicações no Facebook e no Twitter.

Por outro lado, devemos salientar que as publicações analisadas encaram a presença nas redes sociais como uma forma de obterem informações dos leitores, isto é, enquanto fontes de informação. Esta expectativa e a fraca participação registada neste âmbito permitem-nos concluir que a divulgação de informação e o potencial participativo destas plataformas desempenham um papel importante mas que não pode ser único, ou seja, acreditamos que os cidadãos ainda não estão conscientes das oportunidades que têm ao seu dispor e do que representa o seu efectivo uso. No fundo, não temos dúvidas que o jornalismo, em especial o de âmbito regional, tem muito a ganhar com as potencialidades das redes sociais, na promoção da participação e do debate, porém, temos igualmente a certeza que o caminho para uma participação cívica mais activa se fará na articulação entre os avanços tecnológicos, os profissionais da informação e os

cidadãos, e apenas o comprometimento entre todos poderá contribuir para uma cidadania activa ao serviço da comunidade. Respondendo à pergunta que serve de título à presente comunicação, e que nos guiou ao longo de todo o trabalho, as redes sociais representam uma oportunidade para uma participação mais efectiva através do jornalismo regional, mas sob o risco de cairmos numa apatia participativa decorrente da sobrevalorização das questões tecnológicas, os trabalhos futuros têm necessariamente que focar a sua análise nas razões e na natureza da participação dos cidadãos/leitores. Estes passarão necessariamente pelo indagar acerca das condições e razões que estão a montante de uma maior mobilização cognitiva para a participação em espaço público? Quais as questões/problemas que levam à maior mobilização dos actores sociais? E por outro lado, quem está disposto a participar? Será suficiente criar novos espaços para o cidadão participar se este não estiver disposto a fazê-lo?

REFERENCIAS

- Bastos, H. (2009). Da implementação à estagnação: os primeiros dez anos de ciberjornalismo em Portugal. In *Actas do 6.º Congresso da SOPCOM* (pp. 2513-2527), Lisboa, de 14 a 28 de Abril de 2009.
- Bauman, Z. (2002). *Modernidad Liquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Burns, T. & Flam, H. (2000). *Sistemas de Regras Sociais*. Oeiras, Portugal: Celta Editora.
- Cabral, M. V. (2000). O exercício da cidadania política em Portugal. *Análise Social*, XXXV, 85-113.
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade. Rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra, Portugal: Edições Minerva.
- Canavilhas, J. (2010, Outubro). *Do Gatekeeping ao gatewatching: o papel das redes sociais no ecossistema mediático*. Trabalho apresentado no II Congresso Internacional Comunicación 3.0, Universidad de Salamanca. Retirado de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>
- Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet*. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian.
- García Álvarez, R., Rodríguez, E. R. & Talavera, M. (2010). *Sala de Prensa*, XI(6). Retirado de <http://www.saladeprensa.org/art997.htm>
- Giddens, A. (2006). *As Consequências da Modernidade*. Oeiras, Portugal: Celta Editora.
- Habermas, J. (2009). *Técnica e Ciência como Ideologia*. Lisboa, Portugal: Edições 70.

- Jerónimo P. (2010a). Da Imprensa aos Media Locais Digitais: O caso do distrito de Leiria. *Estudos em Comunicação*, 7, 97-123.
- Jerónimo, P., & Duarte, A. (2010b). Twitter e jornalismo de proximidade: estudo de rotinas de produção nos principais títulos de imprensa regional em Portugal. *Revista Prisma.com*, 12, 1-22.
- Lopez, X. (2007). Gestión de las vías de participación en el ciberperiodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 111-121.
- Pew Project for Excellence in Journalism. (2010). *New Media, Old Media: How Blogs and Social Media Agendas Relate and Differ from the Traditional Press*. Retirado de <http://pewresearch.org/pubs/1602/new-media-review-differences-from-traditional-press>
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na Internet*. Porto Alegre, Brasil: Editora Sulina.
- Retrevo (2010). *Is Social Media a New Addiction?* Retirado de <http://www.retrevo.com/content/blog/2010/03/social-media-new-addiction%3F>
- Rodrigues, C. (2010, Outubro). *Redes Sociais e práticas que se impõem ao jornalismo*. II Congresso Internacional Comunicação 3.0, Universidad de Salamanca. Retirado de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/035.pdf>
- The Pew Internet & American Life Project (2010). *Understanding the Participatory News Consumer*. Retirado de http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Understanding_the_Participatory_News_Consumer.pdf

SOBRE LOS AUTORES:

Ricardo José Morais is a researcher in Communication Sciences at University of Beira Interior, in Portugal, where he performed a Masters Degree. Is Research Fellow of the "Citizens' Agenda: journalism and civic participation in the Portuguese media" project in LabCom. / Researches: analysis to different dimensions of participation opportunities offered to citizens by the new media. **Dirección:** Laboratório de Comunicação e Conteúdos On-line Universidade da Beira Interior Rua Marquês D'Ávila e Bolama 6201-001 Covilhã. **Email:** ricardo.morais@labcom.ubi.pt

João Carlos Sousa has a Graduate Degree in Sociology from the University of Beira Interior in Portugal. / Is Research Fellow of the "Citizens' Agenda: journalism and civic participation in the Portuguese media" project in LabCom.

•Forma de citar este artículo:

Morais, R; Souza, J.C, (2012). Jornalismo regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa?. *Cuadernos de Información* 30, 21-30