

As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso

Inês Mendes Moreira Aroso*

Índice

1	Jornalismo participativo: origens, características e consequências	2
2	As redes sociais: oportunidade ou ameaça para o jornalismo?	6
3	O jornalismo participativo no jornalismo regional	7
4	Estudo: a utilização das redes sociais como ferramenta do jornalismo participativo nos meios de comunicação social de Vila Real	8
	Bibliografia	16

Resumo

Em Portugal, jornais, rádios e televisões têm colocado em prática várias iniciativas no âmbito do jornalismo participativo. Na verdade, os media têm vindo a criar espaços destinados à participação cada vez mais ativa dos cidadãos na transmissão de informação. O público é convidado a dar o seu contributo através de comentários, envio de fotografias, vídeos ou textos. A maioria dos estudos realizados sobre jornalismo participativo versa os meios de cariz nacional e internacional. Porém, interessa-nos saber o que se passa numa dimensão regional e

*Professora Auxiliar na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e Investigadora do LabCom – Universidade da Beira Interior

local, ou seja, saber se existe jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais portugueses. Esta comunicação é relativa a um ponto específico deste tema de investigação. Em concreto, a questão que se coloca é esta: de que forma as redes sociais são usadas como ferramentas para o jornalismo participativo na dimensão regional e local? Para responder a esta questão, irão apresentar-se os resultados de uma análise da utilização das redes sociais por meios de comunicação social regionais de Vila Real. Isto porque, como se explicará no estudo, atualmente as redes sociais são uma ferramenta essencial do jornalismo participativo, permitindo a colaboração do cidadão comum em todo o processo jornalístico.

1 Jornalismo participativo: origens, características e consequências

TENTANDO encontrar as origens daquilo que hoje se considera jornalismo participativo, pode dizer-se, que no seu conceito mais lato, este já se praticava nos contactos por carta, telefone ou pessoais dirigidos aos meios de comunicação social tradicionais. “Desde sempre o público procurou exprimir e expor o que para si seria importante revelar, dar a conhecer” (CORREIA e AROSO 2007). Sendo assim, “o jornalismo colaborativo não nasceu com a web” (SILVA 2011). “Pode-se acrescentar que qualquer noticiário inclui sempre, em alguma medida, a participação de seu público. Antes do e-mail, essa participação já ocorria através de cartas e ligações, por exemplo, na forma de sugestões de pauta ou mesmo para alguma seção do tipo ‘cartas do leitor’” (PRIMO e TRÄSEL 2006: 3).

Portanto, este é um fenómeno que, não sendo novo, ganhou novos contornos com a Internet e com a facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e partilha de informação. “Na verdade, a Internet praticamente impede o papel passivo do leitor ou receptor, já que obriga-o a debater, refutar ou contradizer determinada informação, notícia ou declaração” (CORREIA e AROSO 2007). Então, “as tecnologias digitais têm servido como motivador para uma maior interferência popular no processo noticioso” (PRIMO e TRÄSEL 2006: 4).

Participar, partilhar e colaborar são palavras que integram hoje as

linhas editoriais de muitos meios. De facto, há “uma preocupação dos media em integrar nos seus espaços a participação cidadã” (RODRIGUES 2008). Esta ocorre de diversas formas, na medida em que o público é convidado a dar o seu contributo através de: comentários, *blogs*, fóruns, redes sociais, *chats*, envio de fotografias, vídeos ou textos. Tudo isto tem repercussões: no jornalismo – nas rotinas produtivas, na agenda, nos recursos e fontes utilizadas –; na relação entre jornalistas e público; e na própria profissão – há novas funções para jornalistas ou até mesmo novas profissões como gestores dos media e de comunidades.

Existem vários conceitos próximos do jornalismo participativo, tais como “jornalismo cidadão”, “jornalismo colaborativo”, “jornalismo *open-source*”, “*wiki-jornalismo*”, “jornalismo cívico” e “jornalismo público”. Apesar das diferenças, há um traço em comum: todos se referem a uma atividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ativo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação (Cf. CORREIA 2010: 88). Destaque-se o jornalismo cívico ou público, surgido cerca de 1990, e que “visou transformar o relacionamento com o público, através da referência ao reforço da participação dos públicos na cidadania e ao papel que o jornalismo pode desenvolver no reforço dessa participação” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 3). Cada vez mais, este aproxima-se do jornalismo participativo e do cidadão, pois houve uma “reorientação do jornalismo público no sentido de aproveitar a interatividade prometida pelo online para aprofundar dinâmicas participativas” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 5).

Apesar das múltiplas formas de participação nos media, só se deve falar em jornalismo participativo quando existem efetivamente jornalistas e os cidadãos participam efetivamente na produção, construção e transmissão da informação. Definir jornalismo participativo passa por encará-lo como “as práticas desenvolvidas em secções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (PRIMO e TRÄSEL 2006: 10). A opção pela designação “jornalismo participativo” não é por acaso, tendo por base as ideias de Jane Singer e colegas: “it captures the idea of collaborative and collective – not simply parallel – action. People inside and outside the newsroom are

engaged in communicating not only to, but also with, one another. In doing so, they all are participating in the ongoing processes of creating a news website and building a multifaceted community” (SINGER *et al.* 2011: 2).

Algumas das potencialidades que são atribuídas ao jornalismo participativo são as seguintes: fuga aos ditames das agendas políticas e dos media; antídoto para os media controlados, concentrados e dominados por elites; visão diferente e mais completa dos acontecimentos; aproximação entre os media e os seus públicos; aumento da confiança da comunidade nos media. Outro papel importante atribuído ao jornalismo participativo é “o processo de correção de erros divulgados por veículos jornalísticos” (PRIMO e TRÄSEL 2006: 8). Acerca do jornalismo cidadão, João Correia (2010: 88-89) atenta nas seguintes vantagens:

- Permite o acesso de muitas pessoas à produção e divulgação pública de mensagens o que constitui uma óbvia vantagem comparativa por parte de grupos de cidadãos que queiram constituir-se como públicos e que se encontram numa situação periférica.
- Está menos dependente de dilemas éticos que são colocados aos media tradicionais confrontados com a necessidade de retrair as suas críticas pelo receio de perderem dinheiro da publicidade ou o acesso aos níveis mais elevados de decisão política.
- Permite a cobertura de notícias que os media tradicionais não acham rentáveis.
- Autoriza, graças às suas características interativas (incluindo a possibilidade de adicionar comentários aos artigos), uma discussão mais substancial dos acontecimentos da atualidade de uma forma que os media tradicionais jamais poderiam permitir (Joyce, 2007: 3)”.

No entanto, “O jornalismo participativo, apesar de anunciar algumas vantagens, como por exemplo fazer ouvir novas vozes, apresentar um olhar fresco sobre os temas, preconizar relações interessantes entre jornalistas e leitores, representa também algumas fragilidades, uma vez que são necessárias cautelas redobradas como a especulação, as fontes anónimas e a fiabilidade das informações transmitidas” (RODRIGUES

2008). Aliás, “um dos pontos fracos da participação do leitor na construção das notícias é a questão da credibilidade” (SILVA 2011).

Também é visto como sendo negativo o facto de se utilizarem materiais produzidos por cidadãos, porque a estes não se pagam, mas o trabalho de produção de notícias não vive só de vontade, é preciso: dinheiro, tempo e dedicação. Também se questiona a qualidade da informação, pois os cidadãos não têm formação sólida em métodos e valores jornalísticos, surgindo “notícias” sem interesse, não verdadeiras, inexatas e até mesmo ofensivas. Além disso, a credibilidade informativa também está em causa: sem qualquer controle da informação, é difícil saber o que é verdadeiramente notícia e não mera opinião ou especulação.

Em suma, neste cenário participativo, o papel do jornalista será: avaliar, editar e publicar o material produzido pelos cidadãos, à semelhança do que faz com qualquer outra fonte de informação; organizar comunidades, criando relações e mobilizando as pessoas reunidas por interesses e necessidades comuns; fazer a diferença, reforçando os princípios éticos e deontológicos de verificação a informação, na busca da verdade, com independência e objetividade, procurando promover um espaço público de debate. Isto vai ao encontro da ideia que “o jornalismo on-line influencia os vários aspetos da realidade jornalística. Um desses elementos, ou mesmo o principal, é o jornalista que, também ele, é profundamente afetado” (AROSO 2003). “Perante uma nova realidade profissional, então, as competências que são exigidas ao jornalista, como é natural, também mudam” (AROSO 2003).

No jornalismo participativo, devido à possibilidade de qualquer cidadão poder colaborar no processo noticioso, sobressaem as noções de “*gatewatching*” – um conceito de Axel Bruns (2005) para se referir à participação do público na produção de informação e à consequente necessidade de redefinir o conceito de *gatekeeping* – e de “*prosumer*” (consumidor-produtor) – os consumidores são simultaneamente produtores e o papel do jornalismo passa também por fomentar a participação, sendo que o jornalista não é um simples mediador (Cf. RODRIGUES 2010). Nesse sentido, “o webjornalismo participativo não é uma ameaça ao jornalismo tradicional ou ao próprio webjornalismo e sim mais uma opção na oferta de notícias, e que cria novo relacionamento dos sujeitos com o noticiário” (PRIMO e TRÄSEL 2006: 16).

2 As redes sociais: oportunidade ou ameaça para o jornalismo?

Um questão que se coloca repetidamente é esta: as redes sociais competem ou colaboram com o jornalismo? Sem poder dar uma resposta unívoca a esta pergunta, o que é certo é que se postula a interligação entre os meios de comunicação tradicionais e os meios sociais: *blogs*, *wikis*, redes sociais, entre outros. Na verdade, tal como afirma João Canavilhas, “Con el crecimiento acelerado de los llamados Social Media, los medios de comunicación tradicionales tratan de adaptarse a este ecosistema mediático en rápida evolución, optimizando sus sitios web para potenciar la partilla de noticias (SMO) y ofreciendo espacio para comentarios” (CANAVILHAS 2011).

Neste contexto, evidenciam-se conceitos como “*mass self communication*” (Manuel Castells, 2009) – coexistência entre a comunicação individual e de massas – e “comunicação em rede” (Gustavo Cardoso, 2009) – fusão da comunicação interpessoal e em massa, ligando audiências, emissores e editores sob uma matriz de media em rede (Cf. RODRIGUES 2010).

Reportando ao caso específico das redes sociais, Catarina Rodrigues alerta para os desafios que estas colocam à atividade jornalística: “O número de utilizadores de redes como o *Twitter* e o *Facebook* permite equacionar questões fundamentais no jornalismo como o relacionamento com as fontes, a ampliação, valorização e distribuição de conteúdos, a fidelização dos leitores e a velocidade informativa” (RODRIGUES 2010). No caso particular do *Facebook*, defende: “A utilização do *Facebook* pelos media é um dado adquirido, nomeadamente como agregador de notícias, como plataforma de difusão de informação e até como uma forma de captar leitores” (RODRIGUES 2010).

Idealmente, as consequências da presença meios de comunicação nas redes sociais serão o aumento da audiência e o fortalecimento dos vínculos com esta, já que transformam audiências em comunidades. Aliás, “podemos decir que el uso de las redes sociales en la distribución de noticias aumenta el número de lectores” (CANAVILHAS 2011). João Canavilhas acrescenta que “las redes sociales facilitan un cambio en la forma como los usuarios se relacionan con los medios de comunicación, fortaleciendo los vínculos. Este enfoque mejora la transformación de las

audiencias en las comunidades, situación que tiende a generar lealtad de los consumidores por el desarrollo de sentimientos de pertenencia a una comunidad” (CANAVILHAS 2011).

Enfim, a presença e interação jornalística com as redes sociais tornam notória a necessidade de normas e princípios que regulem esta ligação. Isto significa que “a associação entre o conteúdo publicado nas redes sociais e a linha editorial de um meio de comunicação social pode implicar a extensão das regras éticas e deontológicas” (RODRIGUES 2010).

3 O jornalismo participativo no jornalismo regional

Quando se problematiza a utilização da internet no jornalismo regional como ferramenta do jornalismo participativo, observa-se, desde logo, uma aparente contradição entre o âmbito local e o meio global. Porém, a revisão de literatura demonstra que esta matéria, não só é uma área de investigação relevante, como também constitui um ideal que se procura concretizar em vários meios de âmbito regional.

Um exemplo de iniciativa académica e empírica nesta área, em Portugal, é o projeto de investigação “Agenda dos Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media portugueses”. Este estudo, desenvolvido por uma equipa de investigadores do LABCOM, na Universidade da Beira Interior, surgiu com o objetivo fundamental de “identificar, fomentar e experimentar práticas jornalísticas que contribuam para reforçar o compromisso dos cidadãos com a comunidade e a deliberação democrática na esfera pública, numa perspetiva de fortalecimento da cidadania, seguindo a inspiração e o exemplo do chamado jornalismo público e, eventualmente, outras formas de jornalismo comunitário” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 1).

De acordo com este projeto, a imprensa regional tem potencialidades que podem e devem aproveitadas para aumentar a participação cívica dos cidadãos. Então, “apesar da perspetiva crítica que deve acompanhar a receção do jornalismo público, acredita-se que é possível, especialmente em cidades de pequena e média dimensão, servidas pela imprensa regional, colocar como hipótese o recurso a algumas das sugestões testadas, direcionadas por estas formas de jornalismo” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 6). Para poder colocar em prática

um ideal de “fomentar e experimentar práticas jornalísticas que contribuam para reforçar o compromisso dos cidadãos com a comunidade e a deliberação democrática na esfera pública, numa perspetiva de fortalecimento da cidadania, é preciso conhecer primeiro a realidade da imprensa regional e as suas possibilidades” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 6).

Os dados encontrados, até ao momento, pelos investigadores, apontam para alguns aspetos pertinentes sobre a imprensa regional, sobresaindo “a existência de uma tensão entre a valorização da cidadania e a participação dos leitores e o apego a valores profissionais que não são compatíveis com aquelas premissas típicas do jornalismo cívico” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 26-27). Por outro lado, resultante da realização de questionários junto das populações, concluiu-se que “os leitores dos diferentes jornais ainda continuam a pensar nos jornais regionais enquanto espaço sobretudo de informação, sem real poder de intervenção e contribuição na resolução dos problemas. Simultaneamente, consideram que devia ser dado mais espaço aos cidadãos e aos seus problemas” (CORREIA, MORAIS e SOUSA 2011: 27-28).

4 Estudo: a utilização das redes sociais como ferramenta do jornalismo participativo nos meios de comunicação social de Vila Real

A evolução e peculiaridade da participação cívica e da introdução da internet no jornalismo de cariz regional e local conduz a uma pergunta de investigação: existe jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais portugueses? Sendo esta uma questão muito abrangente, no âmbito deste estudo, procurou-se uma abordagem exploratória e parcelar, circunscrita em termos locais e temáticos. Assim, sendo certo que as redes sociais são uma ferramenta essencial do jornalismo participativo, permitindo a colaboração do cidadão comum em todo o processo jornalístico, focou-se a pesquisa nesta interrogação: as redes sociais são usadas como ferramentas do jornalismo participativo na dimensão regional e local? Mais concretamente, desenvolveu-se uma investigação que possibilita responder à questão: qual a utilização das redes sociais pelos meios de comunicação social de Vila Real?

A pesquisa incidiu sobre as páginas de *Facebook* dos meios de co-

municação social da cidade de Vila Real: radiofónicos, impressos e televisivos. A nível da rádio existem duas na cidade que têm página no *Facebook*, por isso estudaram-se a *Universidade FM* e a *Rádio Voz do Marão*. Quanto à televisão, foram estudadas as páginas de *Facebook* das delegações dos regionais de canais de televisão nacionais sedeadas em Vila Real: *TVI – Visão Norte Produções Audiovisuais*, *SIC Vila Real* e *Porto Canal Douro*. Quanto à imprensa, o único jornal com presença nesta rede social é o *Notícias de Vila Real*.

A observação decorreu em abril de 2012 e procurou traçar uma visão sincrónica sobre esta realidade. O objetivo foi muito claro: aferir a utilização que estes meios fazem das redes sociais como potenciais ferramentas de jornalismo participativo, utilizando-se como método a análise de conteúdo. Para atingir este desiderato, o método de pesquisa utilizado foi a análise de conteúdo, sendo que as categorias de análise incluem: a ligação no sítio da internet do meio para a respetiva página de *Facebook*; a data de início da página; o número de amigos ou fãs; a descrição do meio; os conteúdos; os apelos à participação dos cidadãos; a atualização; os comentários; as publicações no mural; os contactos dos jornalistas e as informações de contacto do meio.

Passando para os resultados da investigação, um dos pontos analisados foi a forma como os meios de comunicação social aproveitam o sítio na Internet para fazerem a ligação à respetiva página de *Facebook*. Como se pode verificar na tabela 1, nem sempre se usufrui deste vínculo fundamental.

Tabela 1 – Ligação no sítio da internet do meio para a respetiva página de *Facebook*

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
Página, para a qual há botão de ligação no sítio da Internet da rádio.	Página para a qual há botão de ligação no blog .	Página para a qual não há botão de ligação no site.	Página, mas o botão de ligação do sítio na Internet é apenas para o canal geral (SIC).	Tem duas ligações: conta individual e página. Porém, o botão de ligação do sítio na Internet é apenas para o canal geral (PORTO CANAL).	Página, mas o botão de ligação do sítio na Internet é apenas para o canal geral (TVI).

Outro dado investigado foi a data em que foram criadas as páginas

de *Facebook* destes meios. Conforme se pode observar na tabela 2, com exceção da rádio *Universidade FM*, cuja página teve início no ano 2010, todas as páginas foram criadas no ano 2011.

Tabela 2 – Data de início da página

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
18-10-2010	24-01-2011	01-09-2011	17-06-2011	21-02-2011 (página)	10-02-2011

Quanto ao número de amigos e/ou fãs de cada página, constatou-se uma grande disparidade a este nível, entre os diversos meios, tal como se vê na tabela 3. É também de salientar que no caso do *Porto Canal Douro*, já se excederam o número permitido de amigos na conta individual (cinco mil), mas a página vai ganhando cada vez mais destaque.

Tabela 3 – Número de amigos ou fãs

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
1.660 (fãs)	850 (fãs)	603 (fãs)	4.913 (fãs)	5006 (amigos) 272 (fãs)	519 (fãs)

Também reveladora da utilização que é feita da página de *Facebook* é a forma como estes meios se descrevem, que, como é possível comprovar na tabela 4, é muito diversificada.

Tabela 4 – Descrição do meio

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
“Rádio de proximidade, com muita música, informação regional, nacional e desportiva.”	“Rádio generalista, referência em toda a região, música Portuguesa, informação, desporto, programas temáticos, debates.”	“Defensor dos interesses locais”.	Missão: “Fazer a cobertura noticiosa do distrito de Vila Real”. Descrição: “Delegação da SIC em Vila Real”.	“O Douro não é terra de ouro, mas de vinha, cultura, literatura e gastronomia de valor inestimável em ouro... região que o Porto Canal palmilha desde o início deste ano para ajudar a mostrar uma das mais belas regiões do mundo!”	Missão: “Reportagens”. Descrição: “Produtora audiovisual com a representação informativa do canal TVI, SA na região de Trás os Montes e Alto Douro”.

Relativamente aos conteúdos publicados nas páginas de *Facebook*, é notório que, na maioria dos casos, são colocadas notícias produzidas pelo próprio meio de comunicação social. Porém, tal como se conclui pela análise da tabela 5, alguns meios também divulgam outros tipos de conteúdos.

Tabela 5 – Conteúdos

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
Notícias regionais e algumas nacionais (desporto e política).	Notícia de outro meio (“Público”).	Notícias regionais diretamente ligadas ao sítio na Internet do jornal.	Notícias regionais diretamente ligadas ao sítio na Internet do canal televisivo.	Notícias regionais diretamente ligadas ao canal de <i>Youtube</i> onde são colocadas as peças jornalísticas.	Notícias regionais diretamente ligadas ao sítio na Internet do canal televisivo.
Destaque para programas informativos e de animação com: fotos, links, sons.	Vídeo com notícia regional.	Hiperligação para Semana Académica da UTAD.		Na conta individual, indicação para a página, devido a ultrapassar os 5 mil amigos.	
Curiosidades e fait-divers (nacionais e internacionais).	Destaque para programa informativo (foto da jornalista).	Apelos à participação em sondagens e votações online.			
Informações sobre o tempo.	Foto comentada sobre TDT.	Divulgação da edição impressa.			
Músicas.					
Diálogo: “Bom dia”, “Boa Páscoa”.					

O pedido direto de participação aos cidadãos raramente acontece, como se observa na tabela 6. Além disso, quando surge, diz respeito a inquéritos, votações e, só num dos casos, se solicita a opinião das pessoas sobre determinado assunto.

Tabela 6 – Apelos à participação dos cidadãos

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
No top musical: votar na música preferida.	Não.	Direciona para participação nas sondagens e votações disponíveis na edição online do jornal.	Não.	Não.	Não.
“Sabe o que é isto? ;)” – foto de um radar escondido na cidade, para pessoas responderem e darem a sua opinião.					

A atualização é fulcral no ambiente online, mas tal não parece ser tido em linha de conta pela totalidade dos meios estudados, como se depreende da tabela 7.

Tabela 7 – Atualização

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
Regular: várias vezes por dia.	Rara: apenas 4 publicações durante todo o mês de abril.	Frequente: tem 24 publicações durante o mês de abril. Algumas são feitas nos mesmos dias, mas há alguns intervalos sem publicações.	Rara: apenas 4 publicações durante todo o mês de abril.	Regular: tem mais de 30 publicações durante o mês de abril. Quase diária e, por vezes, mais do que uma publicação por dia.	Ocasional: apenas 6 publicações durante todo o mês de abril.

Classificações: Rara (>0), Ocasional (>5), Frequente (>15), Regular (>25).

No que diz respeito à possibilidade de comentar as publicações, há unanimidade: todos os meios permitem (ver na tabela 8).

Tabela 8 – Comentários

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
Permitem.	Permitem.	Permitem.	Permitem.	Permitem.	Permitem.

Já que no concerne às publicações no mural, há diferenças entre meios: tanto são permitidas e as publicações surgem (apenas um caso), como são permitidas e não aparece nenhuma (possivelmente porque são sujeitas a aprovação), como não permitem. Esta diversidade é notória ao atentar na tabela 9.

Tabela 9 – Publicações no mural

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
Permitem e têm várias: pedido de informações, divulgação comercial ou institucional, comentários sobre conteúdos, sugestões para notícias e músicas.	Não permitem.	Permitem, mas não tem nenhuma.	Não permitem.	Não permitem na conta individual. Na página permitem, mas não tem nenhuma.	Permitem, mas não tem nenhuma.

Outra consideração resultante desta pesquisa, visível na tabela 10, é o não fornecimento de contactos individualizados dos jornalistas. Isto permitiria uma comunicação mais direta entre o cidadão e o jornalista. No entanto, só se fornecem os contactos gerais dos meios de comunicação social. Por outro lado, nem sempre a identificação dos jornalistas vai para além da assinatura das peças jornalísticas.

Tabela 10 – Contactos dos jornalistas

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
São identificados jornalistas responsáveis pelos noticiários.	É identificada uma jornalista responsável pela informação.	Só há identificação na assinatura das peças jornalísticas.	Só há identificação na assinatura das peças jornalísticas.	São identificados jornalista e repórter de imagem.	Só há identificação na assinatura das peças jornalísticas.
Os contactos que surgem são gerais (email e telefone).	Os contactos que surgem são gerais (email e telefone).	Os contactos que surgem são gerais (email e morada).	Os contactos que surgem são gerais (email e morada).	Os contactos que surgem são gerais (email e telefone).	Os contactos que surgem são gerais (email, telefone e morada).

Por fim, as próprias informações de contacto e outras que são fornecidas sobre o meio de comunicação social diferem muito, embora prevaleçam, como se constata na tabela 11, os esclarecimentos básicos.

Tabela 11 – Informações de contacto do meio

Universidade FM	Rádio Voz do Marão	Notícias de Vila Real	SIC Vila Real	Porto Canal Douro	TVI – Visão Norte
- Endereço Internet - Frequência de rádio - Morada - Telefone - Email - Breve história da rádio - Prémios recebidos	-Morada -Telefone -Email - Frequência de rádio -Data de fundação	- Endereço Internet -Morada -Email	-Morada -Email	- Endereço Internet - Endereço do canal no Youtube -Email - Identificação do jornalista e repórter de imagem Cidade Telefone (página)	Morada a (com indicação Google Maps) Telefone -Email -Identificação dos sócios-gerentes

Perante estes resultados, e ainda que se trate de um estudo preliminar que deve ser aplicado a amostras mais amplas, chega-se às seguintes conclusões:

- as redes sociais são pouco usadas para pedido de participação/ colaboração do público na construção jornalística;
- as redes sociais são principalmente utilizadas para publicação das peças jornalísticas;

- a interatividade não é totalmente explorada, exceto a possibilidade unânime de comentar as publicações (com a vantagem de os utilizadores serem sempre identificados);
- são fornecidos contactos dos meios, que embora gerais e não específicos dos jornalistas, podem permitir a participação dos cidadãos;
- a atualização dos conteúdos permitida pelas redes sociais nem sempre é aproveitada.

Finalmente, volta-se à questão: as redes sociais são usadas como ferramentas no jornalismo participativo na dimensão regional e local? No caso dos meios de comunicação social presentes em Vila Real, a resposta é esta: de um modo parcial e incipiente. No entanto, considera-se que, perante este estudo exploratório, é evidente a necessidade de investigações mais aprofundadas e cobrindo mais vertentes do jornalismo participativo, não só as redes sociais. Neste sentido, em pesquisas futuras, em termos metodológicos, deve combinar-se a análise de conteúdo com entrevistas e inquéritos aos jornalistas e diretores dos meios de comunicação regional do país, bem como aos respetivos públicos. Por outro lado, este estudo tem que alargar-se a todo o território nacional, cobrindo, por exemplo, meios de comunicação regionais das várias capitais de distrito. Só assim será possível traçar um retrato do jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais portugueses.

Bibliografia

- AROSO, Inês (2003), “A Internet e o Novo Papel do Jornalista” in *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. Disponível em: [<http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.pdf>]
- CANAVILHAS, João e IVARS-NICOLÁS, Begoña (2012), “Uso y credibilidad de fuentes periodísticas 2.0 en Portugal y España” in *El profesional de la información*, enero-febrero, v. 21, n. 1 (pp. 63-69).

- CANAVILHAS, João (2011), “Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático” in *Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles*. Fernando Irigaray, Dardo Ceballos e Matía Manna (orgs.) (pp. 119 – 133).
- CORREIA, Frederico e AROSO, Inês (2007), “A Internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão” in *Revista Temática*. Disponível em: [<http://www.insite.pro.br/2007/35.pdf>]
- CORREIA, João Carlos, MORAIS Ricardo e SOUSA, João Carlos (2011), “Agenda dos Cidadãos: Práticas cívicas na Imprensa Regional Portuguesa” in *Estudos em Comunicação*, nº 9 (pp: 1-30).
- CORREIA, João Carlos (2010), “Novos Jornalismo e vida cívica: limites e possibilidades” in MORGADO, Isabel Salema e ROSAS, António (orgs.): *Cidadania digital*. Covilhã: Labcom (pp: 71-100).
- PRIMO, Alex e TRÄSEL, Marcelo (2006), *Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias*. Contracampo (UFF), v. 14 (pp. 37-56).
- RODRIGUES, Catarina (2008), “Novas fronteiras do jornalismo: comunicação individual na era global” in *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/catarina-rodrigues-novas-fronteiras-do-jornalismo.pdf>].
- RODRIGUES, Catarina (2010), “Redes sociais: novas regras para a prática jornalística?” in *bPRISMA.COM – Especial Ciberjornalismo*, n.º 12 2010 (pp: 1-13).
- RODRIGUES, Catarina (2010), “Redes Sociais e práticas que se impõem ao jornalismo”. in *Actas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Salamanca.
- SILVA Letícia Flávia da (2011), “Webjornalismo Colaborativo ou Culto ao Amador?” in *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)*. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva>]

lva-leticia-webjornalismo-colaborativo-ou-culto
-ao-amador.pdf]

SINGER, Jane *et al.* (2011), *Participatory Journalism: guarding open gates at online newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell,

SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003), *Técnicas Jornalísticas nos Meios Electrónicos (Princípios de Radiojornalismo, Telejornalismo e Jornalismo On-line)*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.