

A Existência de Jornalismo Regional em 2023

Daniela Tavares, Inês Saraiva, José Leão

Orientação por Prof. Dr. Galvão Meirinhos, Prof.^a Dra.^a Marlene Loureiro

*tavaresdanielasousa@gmail.com, saraivaines44@gmail.com,
zemleao.435@gmail.com*

Resumo

O jornalismo sempre representou um forte pilar de qualquer sociedade democrática. E, em combinação, o jornalismo regional sempre deu espaço a que essa democracia fosse colocada em prática e, que, pelo território português várias pessoas encontram-se um espaço onde se sentissem identificadas. Porém, a imprensa, seja ela nacional ou regional, já não detém o exclusivo da mediação informativa. Agora, a Internet ocupa o lugar de destaque. Será que ainda existe jornalismo regional em 2023? Que contributo as redes sociais vão facultando a esse tipo de jornalismo? A ideia de uma sociedade ativa e dinâmica passa também por uma imprensa regional com os olhos postos no futuro, acompanhando uma sociedade civil cada vez mais avançada e instruída. A informação será sempre o mote. O de manter uma sociedade capaz, informada e ativa.

Palavras-Chave: Jornalismo, Jornalismo Regional, Redes Sociais, Atualidade, Informação.

Abstract

Journalism has always been a strong pillar of any democratic society. And, in combination, regional journalism has always provided a space for this democracy to be put into practice and for people throughout Portugal to find a place where they feel identified. However, the press, whether national or regional, no longer has the exclusive power to mediate information. Now, the Internet has taken center stage. Will there still be regional journalism in 2023? What contribution will social networks make to this type of journalism? The idea of an active and dynamic society also involves a regional press with its eyes set on the future, accompanying an increasingly advanced and educated civil society. Information will always be the motto. That of maintaining a capable, informed and active society.

Keywords: Journalism, Regional Journalism, Social Networks, News, Information.

Introdução

George Orwell disse que *Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Tudo o resto é publicidade*. Já Jean Tibi argumentou que *O jornalista regional é um músico sentado à frente de grandes órgãos para aí tocar valsas populares*. É por estes motes que será regido o desenvolvimento deste artigo, que foca na sua essência o jornalismo regional na atualidade e a ligação que este apresenta – ou não – com as redes sociais. 2023 terminou com a crise no grupo Global Media, detentor das redações do Diário de Notícias, Jornal de Notícias, TSF e O Jogo. Com isto, considera-se fundamental a investigação e incidência no tema a ser estudado.

What is journalism for? Questionavam os editores do Columbia Journalism Review, já em 2013. 11 anos depois tudo o que se relaciona com esta área continua em debate. Talvez um pouco mais considerado um assunto da ordem do dia, mas não pelos melhores motivos. A discussão em torno do jornalismo cívico mantém-se. Em 2002, Carlos Camponez introduziu o conceito de jornalismo de proximidade. Contudo, e como explica Pedro Jerónimo na obra *Ciberjornalismo de Proximidade, embora a Internet já estivesse nas redações há cerca de sete anos, o meio estudado seria o papel. Passado este tempo todo, não só pouco se sabe sobre o processo de adoção do meio digital por parte da imprensa regional, como também as suas implicações no quotidiano dos jornalistas*.

O aparecimento de novos meios de distribuição noticiosa tem representado uma oportunidade para os media e um desafio para os jornalistas, defende Pedro Jerónimo. A Internet e, mais tarde, as redes sociais, permitem uma atualização e divulgação noticiosa mais frequente, já “ao minuto”, trazendo novas linguagens e potencialidades, com os seus pontos fortes e fracos, como em tudo. Os hábitos de consumo informativo estão a mudar e, com isso, tudo muda: as redações estão cada vez mais pequenas, já não é suficiente o “produzir de forma rápida, interativa, com elementos hipertextuais e multimédia”. É preciso mais. É preciso uma comunicação mais horizontal e bidirecional, de todos e para todos.

Considera-se então importante clarificar o conceito abordado ao longo deste artigo. Para Ghizzoni (2013), o jornalismo regional é fulcral para que exista um diálogo entre os cidadãos e o poder público, defendendo que:

mais do que estruturadores do quotidiano, os jornalistas, na hora em que definem as pautas, devem auxiliar para que a comunidade tenha os seus anseios atendidos e conheça os seus direitos. E é exatamente este um dos grandes trunfos do jornalismo regional: a função comunitária.

Já Brinca (2012) compara os jornais a organizadores das mais variadas atividades culturais, como impulsionadores do conhecimento, realizando debates, seminários, eventos culturais, divulgando as potencialidades da região. Este carácter útil e inovador para a comunidade, tornam o jornalismo local e regional num importante meio de ligação da comunidade à cultura e ao desenvolvimento das regiões onde estão inseridos, contribuindo para a troca de conhecimento entre jornal e leitor, como defende Bárbara Mendes no Relatório de Estágio sobre o Fórum Covilhã, publicado em 2021.

Enquadramento Teórico

1. O Jornalismo Cívico: Aparecimento e Evolução

O Jornalismo representa o quarto poder e não é por acaso. Apresenta-se com uma postura de vigilância, com um distanciamento ético numa sociedade nem sempre regida por valores. A informação, como afirmavam Kovach e Rosenstiel, *satisfaz um impulso humano básico: saber o que se passa para lá da experiência direta de cada um*. Desde sempre, ou praticamente sempre, que se disse que *o jornalismo está ameaçado e fragilizado por diversas forças externas*. É verdade. Basta ver-se o que se passa atualmente com o *Jornal de Notícias*, *O Jogo* ou a *TSF*.

Etimologicamente, a palavra “jornalista” significa “analista de um dia”, segundo Pedro Jerónimo, mas, tal como explica Ramonet (2004), este, *não tem tempo de filtrar, verificar, de comparar porque, se perder demasiado tempo, é ultrapassado pelos próprios acontecimentos e, sobretudo, pela concorrência*.

E, é daí que advém a proposta do pack journalism, atualmente posta em causa, onde, se confronta a profissão com o desafio (democrático) de verificação, análise e contextualização dos factos como forma de garantir a verdade como o elemento decisivo do valor de uma informação. Essa procura desinteressada da verdade, tendo como única fidelidade servir os cidadãos ao permitir-lhes o acesso (e a expressão) livre a informação não manipulada, é considerada como um dos princípios mais importantes do jornalismo (Kovach e Rosenstiel, 2004)

O jornalismo pode então ser considerado como uma instituição social para divulgar e promover a cidadania, ligada à defesa de causas e à superação da ideia da receção mecânica e externa dos direitos políticos dos cidadãos, tal como defende Santos (1999).

Carlos Camponez, na obra *Jornalismo de Proximidade*, esclarece como se deu início a este movimento – *promovida pelos candidatos à Casa Branca durante as campanhas eleitorais e pelo tipo de cobertura jornalística fortemente influenciada pelas estratégias das sedes de campanha*. No entanto, a expressão de “jornalismo público” surge apenas em 1993. Trata-se de uma expressão que

pretendia descrever a similitude de abordagens entre os que procuram no jornalismo estabelecer um vínculo mais forte com os cidadãos, uma função mais construtiva no diálogo com o público, ou formas para contribuir para a solução de problemas a nível local. (Apud, Rosen)

1.1 Pode o Online Tornar o Jornalismo Mais Público?

Nesta fase, procura-se perceber a influência que o *online* tem na articulação das produções jornalísticas a nível nacional. Numa primeira etapa, importa compreender as relações que motivaram a transição para o digital e os primeiros passos que foram dados neste sentido. Assim, foca-se a interatividade do jornalismo em relação à sociedade e o papel que o *online* tem nesta relação.

Ferreira (2012), sublinha o papel da natureza fragmentária da comunicação e a diversidade de plataformas que compõe a “paisagem mediática”. O autor debruça-se assim no ponto de vista do leitor e procura perceber a ligação que os públicos têm em relação ao jornalismo com o desenvolvimento do *online*.

Neste contexto, o problema que aqui colocamos é o seguinte: que espaço e que papel deve o jornalismo ocupar num tempo em que qualquer pessoa pode publicar (e frequentemente fá-lo) qualquer informação, a qualquer momento, por sua própria iniciativa? (Ferreira, 2012, p. 69)

Com base nesta premissa, Ferreira (2012) sugere que uma das ideias que foram levantadas está diretamente relacionada com a questão do jornalismo público (ou cívico), que de uma forma sucinta procura encorajar as redações a comprometerem-se com os cidadãos por forma a darem relevo aos temas que preocupam o público. Friedland *apud* Ferreira (2012), foca-se neste tema e defende que o jornalista “deve não apenas fornecer informação, mas também ajudar os cidadãos” No que respeita à dimensão cívica, o autor sublinha ainda a importância do jornalismo para contribuir para o fortalecimento dos laços que unem a comunidade.

Nip *apud* Ferreira (2012) segue esta linha e destaca a importância do *online* por forma a tornar o jornalismo mais público e mais próximo aos cidadãos.

Os objectivos do jornalismo público têm agora mais possibilidades de ser alcançados pelo público através do uso de blogues e outras ferramentas de comunicação electrónica. Os cidadãos, que eram uma parte fundamental da filosofia do jornalismo público, não necessitam agora de ser convidados para o mix. São parte do mix.” (Nip apud Ferreira, 2012, p. 72)

Assim, a ideia de interatividade relaciona-se diretamente com as questões que envolvem o jornalismo *online* e a participação cidadã. O espaço público e a interação que antes se limitava a uma pequena franja de texto onde os cidadãos podiam escrever diretamente para as redações através das Cartas ao Diretor, é agora um espaço mais amplo - “um modelo distinto surgiu quando as novas tecnologias associadas à Internet vieram assumir-se, claramente, como suportes que permitem ampliar a níveis inéditos as opções de interatividade no jornalismo” (Ferreira, 2012, p. 74)

1.2 A Agenda dos Cidadãos

O projeto Agenda dos Cidadãos, jornalismo e participação cívica nos media portugueses desenvolvido no Labcom da Universidade da Beira Interior, foca exclusivamente a experiencição de práticas jornalísticas em vários meios regionais, com o objetivo de reforçar o compromisso dos cidadãos com a comunidade tendo por base a questão do jornalismo público.

Neste sentido, Morais & Sousa (2012), sublinham a importância deste projeto no seio dos meios de comunicação regionais, referindo que *também a imprensa regional, designada de proximidade, tem como objetivo chegar perto dos cidadãos, daquilo que os afeta dentro da comunidade onde se inserem* (Morais & Sousa, 2012, p. 111)

Segundo os autores, um dos fatores essenciais do projeto passou por criar uma “agenda dos cidadãos” nos meios de comunicação regional, que entrasse em parceria com a agenda mediática e fosse ao encontro das questões de interesse público identificadas pelos cidadãos.

A partir de uma análise a diversos meios de comunicação regionais em Portugal, Morais & Sousa (2012) concluíram que existe um destaque marcado no que respeita às publicações jornalísticas relacionadas com as temáticas culturais, fator que é visto como um elemento de aproximação aos públicos. No entanto, Morais & Sousa (2012) afirmam que nesta fase as cartas dos leitores correspondem apenas a 1,7% do total das publicações em análise, o que revela um valor francamente baixo de publicações neste sentido – *seguindo a ideia de que as cartas dos leitores constituem o principal espaço para a participação dos cidadãos nos meios regionais, em que a população leitora do jornal é mais envelhecida e ainda está afastada das novas tecnologias* (Morais & Sousa, 2012, p. 116)

Não obstante, segundo os autores e de acordo com as entrevistas realizadas aos jornalistas dos meios de comunicação regional no que diz respeito à importância que é dada às opiniões do cidadão comum nas publicações, *os jornalistas consideram que este é um mecanismo que confere visibilidade a quem tem normalmente poucas possibilidades de se exprimir, dando as mesmas garantias de credibilidade das outras fontes habitualmente consultadas* (Morais & Sousa, 2012, p. 118)

No entanto, quando são questionados sobre a possibilidade de ser criada uma “agenda dos cidadãos”, que foque questões relativas aos problemas individuais, os autores sublinham que 44% dos jornalistas inquiridos mostram indiferença relativamente a esta questão.

Assim, Morais & Sousa (2012) defendem com base neste propósito que,

De certa forma, não é possível refletir sobre o papel da imprensa regional, sem que a proximidade seja entendida enquanto uma especificidade deste tipo de imprensa, uma vez que os jornais regionais têm junto dos leitores de uma determinada área geográfica maior influência, e, portanto, é desta forma que se configura a proximidade noticiosa (Morais & Sousa, 2012, pp. 118-119)

Assim, a questão da proximidade é vista como um marco essencial para o exercício das funções dos meios de comunicação regionais. Fernando Paulouro, diretor do jornal do Fundão, realça que “a imprensa regional cumpre um papel muito importante ao nível da criação de identidades, na defesa de causas (...) e tudo isso deu-lhe de facto um papel muito importante na questão da coesão regional e na coesão social”. A diretora do jornal regional “Região de Leiria” vai mais longe e refere que *a imprensa regional ainda consegue ir onde mais ninguém vai, que é o hiperlocal*.

Não obstante, importa sublinhar um aspeto que Morais & Sousa (2012) consideram relevante, que está diretamente relacionado com os interesses elitistas. Assim, os autores defendem que a imprensa regional, pelas características de proximidade que lhes são inerentes, não devem comprometer estes objetivos com as ligações que estabelecem com os órgãos de poder local, sob pena de ficarem subservientes destas instituições.

2. Origens e Evolução do Ciberjornalismo de Proximidade

Nesta fase, procura-se perceber a origem e a evolução do ciberjornalismo de proximidade em Portugal, mais propriamente, o caso da Imprensa Regional.

A imprensa regional constrói-se no compromisso com a região e com as pessoas que a habitam (Camponez, 2002: 19) na forma de um pacto comunicacional com um território (Camponez, 2002, p. 77)."

O percurso da imprensa regional portuguesa na internet ou, por outras palavras, o ciberjornalismo, teve início em 1996 e, de acordo com Bastos (2011), desenvolveu-se, essencialmente, ao longo de três etapas: a etapa da implementação entre 1995 e 1998; mais tarde, a etapa que decorreu entre 1999 e 2000 sendo que ficou conhecida como o “boom” e, por último, a etapa que se seguiu desde 2000 até 2010 onde foi registada uma estagnação e, como refere o autor foi o “início do fim de uma ilusão”.

De acordo com Jerónimo (2011) durante os primeiros tempos do ciberjornalismo regional em Portugal *Abundava o texto e era rara a presença de fotografias, entre os poucos conteúdos apresentados*.

Num estudo realizado por Bastos, em novembro de 1996 já estavam registadas 39 edições de jornais com o seu próprio website criado, dois anos após esta data registou-se o dobro de edições de ciberjornais, tendo sido comprovado que o número de páginas teve uma evolução exponencial desde então.

Segundo Faria (2020), *O Jornal de Notícias e o Público foram os jornais que se destacaram pela contínua atualização dos seus conteúdos online* e, por isso, alguns dos grandes marcos históricos desta primeira etapa do aparecimento do ciberjornalismo em Portugal foram, a possibilidade de atualizações de última hora que era a grande distinção existente relativamente ao jornalismo em formato impresso e, ainda,

O jornalismo regional ficou também demarcado na história do ciberjornalismo quando em janeiro de 1998 foi criado o semanário regional Setúbal na Rede, o primeiro jornal exclusivamente online em Portugal.

Devido à crescente evolução tecnológica registada já na altura em que surgiu o ciberjornalismo, foi notável a grande queda dos jornais impressos pela preferência dos jornais nas plataformas online, como defende Andreia Faria, na sua Dissertação de Mestrado publicada em 2020:

Com a crescente digitalização e modernização dos suportes informativos, os hábitos de leitura começaram também a alterar-se. Desta forma, começou a verificar-se uma abrupta queda na procura de jornais impressos, face a um aumento das versões online dos jornais que assumiram uma maior preponderância nos seus consumos. (Faria, Andreia 2020).

Os próprios leitores começaram a sentir uma insatisfação com o formato impresso e, por isso, foi nesta fase que o jornalismo começou a procurar na internet ferramentas como alternativa à acentuada queda de audiência, como forma de cativar o seu público.

2.1 O Jornalismo Regional nas Redes Sociais

Ao longo desta análise, o objetivo central será compreender de que forma o jornalismo e as redes sociais se foram adequando e adaptando ao longo dos últimos tempos. Tanto o jornalismo como as redes sociais são meios de difusão de informações e, atualmente, estão mais unidos do que nunca.

Como já foi mencionado anteriormente, o desenvolvimento das tecnologias e o aparecimento da internet tiveram um grande impacto no jornalismo, tendo gerado algumas consequências no formato impresso.

Tal como refere Villarroel *Las nuevas tecnologías han obligado a los medios tradicionales a complementar su manera de difundir el mensaje*. Por este mesmo motivo, os meios de comunicação tradicional, como é o caso do jornalismo, viram-se obrigados a uma adaptação ao mundo do digital e às novas ferramentas que aqui surgiram.

Faria (2020) refere que *além do jornalista, o leitor ganha também um papel de destaque no processo noticioso. Surge assim o conceito de cidadão-repórter, como um papel de auxílio ao profissional através da sua capacidade de captura e difundir informação na hora*.

Também o leitor ou recetor das informações diluídas através dos meios de comunicação começou a fazer parte desta rede a quem se dá o nome de cidadão-repórter. Deste modo, estão, de certa forma a prestar auxílio aos jornalistas, através da partilha de capturas de imagens ou vídeos. Contudo, Faria (2020) refere, ainda que *O papel do cidadão-repórter online gera assim opiniões diversas no que toca à discussão sobre as implicações na ética jornalística*.

O desenvolvimento tecnológico expandiu-se de tal forma que, nos dias que se seguem, os indivíduos ficam à distância de um simples “clique” para conseguirem saber o que se passa do outro lado do mundo, onde existe acesso a inúmeros e aos mais variados tipos de conteúdo.

Uma notícia publicada pela SIC Notícias, a dia 13 de janeiro de 2024, dá conta disso mesmo: *Há cada vez menos pessoas dispostas a consumir notícias extensas, optando por conteúdos fragmentados, uma tendência imposta pelas redes sociais e pelos vídeos cada vez mais curtos.*

Esta, avança que um estudo do Observatório Ibérico de Media Digitais e da Desinformação (Iberifier), a partir de entrevistas a 71 peritos sobre 16 áreas – desde a Inteligência Artificial às novas narrativas, das redes sociais à *big data*. Deste estudo, resultaram que *as redes sociais serão cada vez mais dominantes na distribuição de notícias e os media terão de adaptar as suas estratégias de comunicação a um contexto de alteração de algoritmos e de saturação de informação, mais radical que nunca.*

Metodologia de Investigação

Este artigo científico, para além de clarificar e esclarecer o conceito de jornalismo regional na atualidade e a sua ligação às redes sociais, apresenta também uma componente prática, onde, através de uma pergunta de investigação se tenta perceber como é que esses dois temas se relacionam atualmente nos órgãos de comunicação social regionais da zona norte.

Assim, num primeiro ponto é feita a revisão da literatura onde, selecionando alguns autores essenciais ao seu conceito se tenta clarificar e elucidar acerca do mesmo. Num segundo ponto, é analisado o questionário aplicado aos órgãos de comunicação social da zona norte, traduzindo-se assim numa amostra por conveniência, tentando perceber como é que estes veem atualmente a área e vão gerindo as suas redações.

Aliado a isto, a análise das redes sociais dos quatro órgãos de comunicação, por forma a perceber e entender se as redes sociais, da forma como estão a ser utilizadas acabam por deter algum benefício sobre as mesmas, analisando o número de seguidores, a geração que alcançam, o tipo de conteúdos que publicam e a frequência dos mesmos.

O foco é o de tentar entender ou clarificar a utilidade das redes sociais sobre a imprensa regional e perceber por onde passará o caminho do mesmo.

Análise e Discussão dos Resultados

Tendo por base a recolha bibliográfica efetuada, optamos pela realização de um inquérito por questionário por forma a perceber a opinião dos Diretores e Jornalistas de vários meios de comunicação regional relativamente à questão que envolve o conceito de jornalismo regional e à utilização das redes sociais.

Neste sentido, contactamos cinco jornalistas de órgãos como o “Notícias de Aguiar”, jornal de Vila Pouca de Aguiar com periodicidade semanal; o “Jornal Nordeste”, semanário da região de Bragança; a “Rádio Brigantia”, também da região de Bragança; e o “Correio da Feira”, jornal quinzenal de Santa Maria da Feira.

Por forma a fazer uma leitura aprofundada à visão particular de cada respondente, procuramos fazer uma análise individual a cada resposta dada. Assim, no que diz respeito à perspetiva do Diretor do Jornal “Notícias de Aguiar” recolhemos um conjunto de respostas que entram em conformidade com a recolha bibliográfica efetuada.

À questão “Defina, brevemente, o que entende por “Jornalismo Regional”, o Diretor responde que o Jornalismo Regional é um jornalismo de proximidade, realizado em territórios circunscritos, como regiões, concelhos ou comunidades intermunicipais. Quando questionado sobre a utilização das redes sociais, o respondente afirma utilizar estas plataformas, nomeadamente o Facebook, o Instagram e até mesmo o YouTube como forma de divulgação de notícias. À questão “Considera que as redes sociais destacadas beneficiam o seu meio de comunicação social?”, a resposta é afirmativa.

Para além disso, o respondente diz disponibilizar conteúdos escritos complementados pela utilização de imagens ou vídeos. Quando questionado relativamente à periodicidade com que são efetuadas atualizações nas versões digitais, o Diretor deste meio de comunicação afirma fazer atualizações todos os dias. No que diz respeito ao público-alvo que o “Notícias de Aguiar” atinge, o respondente afirma ir ao encontro de indivíduos pertencentes à Geração X, *Baby Boomers* e Geração Y, excluindo, no entanto, a Geração Z, o que reflete a questão teórica relacionada com o facto de o Jornalismo Regional não ter a capacidade de atingir a franja geracional mais nova.

Por último, procuramos perceber o que o inquirido destaca de diferente entre o jornalismo nacional e o jornalismo regional, sendo que obtivemos a seguinte resposta “O jornalismo regional tem maior proximidade em relação à notícia, às comunidades e aos leitores. Trata de assuntos que impactam, diretamente, as populações que são o seu público-alvo.”, o que, mais uma vez, entra em conformidade com as perspetivas teóricas elucidadas.

O próximo respondente é um jornalista do “Jornal Nordeste”, e entende que o jornalismo regional reúne “notícias que abordam assuntos de uma região concreta”. O “Jornal Nordeste” utiliza também as redes sociais como forma de divulgação de notícias, no entanto, o respondente destaca apenas plataformas como o Facebook e o Instagram. Em consonância com a utilização destas plataformas, o jornalista do “Jornal Nordeste” afirma que as redes sociais beneficiam o meio de comunicação regional e são utilizadas como meio de difusão de notícias.

O “Jornal Nordeste”, semanário da região de Bragança, ao contrário do “Notícias de Aguiar”, apenas faz atualizações nos canais digitais semanalmente, e não todos os dias. No entanto, este meio de comunicação inclui como público-alvo a Geração Z e afirma procurar atingir esta franja da população. Por fim, quando questionado sobre as diferenças que realça entre o jornalismo regional e o jornalismo nacional, o respondente foca novamente a questão da proximidade como fator diferenciador e defende que “os órgãos de comunicação nacionais não fazem jornalismo de proximidade, contrariamente aos órgãos regionais.”

O terceiro inquirido é jornalista em vários órgãos de comunicação regional, nomeadamente na “Rádio Brigantia”, no “Jornal Nordeste” e no “Notícias de Aguiar”. Este inquirido define jornalismo regional visando a “cobertura de factos num contexto local/regional numa determinada área de abrangência”. No que diz respeito às redes sociais destaca apenas o Facebook e afirma que este canal valoriza e beneficia os órgãos em que atua. No Facebook, o jornalista destaca publicações de notícias e também vídeos curtos, e afirma mesmo que atualiza esta plataforma várias vezes ao dia, ao contrário de outros respondentes. Já no que diz respeito aos públicos-alvo, o respondente destaca apenas a Geração X como público maioritário, o que transparece as perspetivas teóricas abordadas pelos teóricos. Quando questionado acerca das diferenças que entende transparecerem a distinção entre o jornalismo nacional e o jornalismo regional, o jornalista diz que “o jornalismo regional retrata a realidade e a rotina de uma comunidade, que é capaz de fazê-la refletir, projetar o seu futuro, ver oportunidades e unir vozes diferentes. No entanto, o jornalismo regional acarreta variados problemas, ao contrário do jornalismo nacional, nomeadamente a proximidade com a comunidade que, por vezes, não permite expor os factos (políticos/sociais) com a exatidão necessária.” Assim, este contributo transparece a importância do jornalismo regional para a comunidade, sendo que é visto como uma forma que a população tem de resolver os problemas que afetam o quotidiano. No entanto, importa destacar também a perigosidade inerente à maior proximidade que existe com os órgãos de poder a nível político e social. Assim, como referem Morais & Sousa (2012),

Mas a mesma proximidade que torna a imprensa regional uma forma de comunicação tão específica, é aquela que pode, em muitas situações, comprometer os seus objetivos no exercício de um jornalismo de proximidade, sintonizado com os cidadãos e as suas comunidades. Neste contexto, os diretores fazem questão de salientar que apesar da ligação que existe com algumas instituições do poder local, os jornais não podem ficar subservientes destas, evitando desta forma que as potencialidades de um jornalismo regional se transformem numa informação comprometida com interesses elitistas. (Morais & Sousa, 2012, p. 119)

O quarto respondente, jornalista que colabora com a “Rádio Brigantia” e o “Jornal Nordeste”, entende que o jornalismo regional está também diretamente ligado com a informação de proximidade. Afirma que os órgãos de comunicação social com que colabora utilizam as redes sociais, nomeadamente o Facebook e o Instagram, e estas plataformas são vistas pelo respondente como um fator positivo para os meios de comunicação social em que atua.

No entanto, o jornalista responde que recorre às redes sociais apenas para partilhar *links* de notícias que se encontram nos *sites* da rádio e do jornal. No que diz respeito à periodicidade com que as versões digitais são atualizadas, o respondente afirma fazê-lo apenas semanalmente. Já no que diz respeito aos públicos-alvo a atingir, o jornalista destaca os *Baby Boomers* e a Geração Y.

A última questão, na qual se procura entender as diferenças que se destacam entre o jornalismo nacional e o jornalismo regional na ótica do respondente, o jornalista afirma que “os métodos de trabalho, a forma de escrever, de estar, considero que seja igual. Penso que as grandes diferenças passam pela proximidade. O jornalismo regional obriga a que se conviva quase diariamente com as mesmas pessoas, a conhecê-las, a saber como pensam, agem e o que poderão dizer.”

Relativamente ao jornal “Correio da Feira”, o jornalista menciona que entende como jornalismo regional o “jornalismo de cariz local, muitas vezes limitado por barreiras/fronteiras físicas, que noutras tantas ocasiões devem ser 'quebradas', e de proximidade com as gentes, a cultura, a gastronomia, o desporto, a política, a saúde, a economia, etc., de uma sociedade.”, transmitindo-se mais uma vez a ideia de proximidade à comunidade como dado adquirido. No entanto, a questão inerente à limitação por barreiras ou fronteiras físicas é um fator que pode ser entendido como um bloqueio e que, atualmente, ainda se evidencia como um entrave a combater.

No que diz respeito à utilização das redes sociais por parte deste meio de comunicação, a resposta também é afirmativa e o jornalista afirma que são utilizadas plataformas como o Facebook e o Instagram, admitindo que estas redes sociais são benéficas para o “Correio da Feira”. Não obstante, quando questionado relativamente ao tipo de conteúdos publicados nas redes, a resposta contempla apenas “links de notícias/reportagens/coberturas, reencaminhando os leitores para o site.”, ou seja, não parece existir um aproveitamento completo das vicissitudes destas plataformas. Apesar de tudo, e mesmo tratando-se de um jornal quinzenal, o inquirido afirma que as plataformas digitais são atualizadas diariamente.

Por fim, e em consonância com as respostas anteriores, as gerações que o jornalista entende que o “Correio da Feira” impacta excluem também a Geração Z. Já no que diz respeito à opinião do inquirido relativamente ao que destaca de diferente no jornalismo nacional para o jornalismo regional, o jornalista defende que a abrangência e a multiculturalidade são fatores diferenciadores.

Aliado a isto, foi também realizado um estudo sobre as redes sociais dos quatro órgãos de comunicação social em análise – Notícias de Aguiar, Correio da Feira, Jornal Nordeste e Rádio Brigântia. Por forma a compreensão ser mais simples, realizou-se a seguinte tabela:

Tabela 1 - Análise das Redes Sociais, 2024

Jornal	Redes Sociais	Seguidores	Tipo de Conteúdo	Frequência a Publicar	Geração
<i>Notícias de Aguiar</i>	Instagram, Facebook e YouTube	3177 (Instagram) 23 mil (Facebook)	Breves de notícias, capa da edição impressa	Todos os dias	X, Baby Boomers e Y
<i>Correio da Feira</i>	Instagram e Facebook	1536 (Instagram) 23 mil (Facebook)	Notícias com hiperligação para o site; Capa da edição impressa	Todos os dias	X, Baby Boomers e Y
<i>Jornal Nordeste</i>	Facebook	9.2 mil (Facebook)	Conteúdo mais vocacionado para o desporto; fotogaleria; capa da edição impressa	Semanalmente	Baby Boomers e Y
<i>Rádio Brigântia</i>	Instagram e Facebook	1601 (Instagram) 26 mil (Facebook)	Links de notícias que passam na rádio	Semanalmente	Baby Boomers e Y

Assim, de uma forma geral, pode-se entender que a utilização das redes sociais por parte dos meios de comunicação regional é, atualmente, um dado adquirido, com destaque para o Facebook e o Instagram. Neste sentido, todos os respondentes consideram que estas plataformas são um bom contributo para as práticas jornalísticas. Não obstante, a atualização semanal destas plataformas parece-nos pouco frequente tendo em consideração a natureza instantânea das redes sociais. Para além disso, o tipo de conteúdos publicados ainda é muito rudimentar e não contempla a dinâmica inerente a este tipo de plataformas. Em consonância com esta realidade, percebe-se também que grande parte dos públicos-alvo impactados continuam ainda a ser as gerações mais avançadas, o que limita cada vez mais a franja populacional impactada pelos meios de comunicação regional. Apesar de tudo, atualmente, a visão do jornalismo regional com foco nas comunidades locais ainda é um dado adquirido, na medida em que foi um fator mencionado por todos os respondentes como sendo relevante para o jornalismo regional.

Conclusão

Desde o início desta análise o objetivo foi perceber de que forma o jornalismo regional se foi adaptando à evolução tecnológica, mais propriamente, à utilização das redes sociais e de que forma tanto os jornalistas e respetivos diretores se foram moldando a esta nova forma de publicação noticiosa.

A análise do papel do jornalismo regional com as dinâmicas das redes sociais revela uma interação complexa e em constante evolução. À medida que a sociedade se adapta à digitalização da informação, os veículos de comunicação regional enfrentam desafios e oportunidades únicas. A presença nas redes sociais oferece a chance de ampliar o alcance e alcançar novos públicos, mas também revela uma gestão cuidadosa para preservar a integridade jornalística e evitar a propagação de desinformação.

Com a realização do questionário conseguimos perceber que apesar de estes meios de comunicação regional utilizarem as redes sociais, onde se destacam o Facebook e o Instagram, e de considerarem que as redes sociais são um aspeto benéfico para a realização do seu trabalho, os mesmos não fazem a melhor gestão digital, isto é, não dão proveito às diversas potencialidades e benefícios da utilização das redes sociais para divulgação das notícias. A maioria dos respondentes faz apenas uma atualização semanal nas plataformas digitais, o que nos parece bastante reduzido tendo em conta a possibilidade das atualizações “ao minuto”.

Outro fator que nos deixa bastante preocupados é o facto de que as gerações que fazem parte do público-alvo são as gerações mais avançadas, o que nos leva a acreditar na descrença do jornal impresso por parte das gerações mais novas.

Atentemos na situação atual da *Global Media*. Não vem de agora, tal como toda a crise que se sente na área. Tudo advém de uma crise modelo de negócio chamada à tona pelas redes sociais. Como avança o *Expresso*, a área do jornalismo sofre com uma nova cultura de consumo que não aceita pagar para ler notícias ou consumir conteúdos culturais. E sofre com o preconceito de quem vê o apoio cego do Estado a um bem essencial para sobreviver na era da democracia como mais perigoso para a independência do jornalismo do que o mecenato ideológico privado.

Numa última análise, a compreensão aprofundada dessa interação entre jornalismo regional e redes sociais não apenas enriquece a academia, mas também orienta a prática profissional. Ao enfrentar os desafios contemporâneos com sabedoria e responsabilidade, os profissionais do jornalismo regional podem continuar a desempenhar um papel vital na construção de sociedades informadas e interligadas.

Referências

- Amaral, Vitor (2011). *ÁGORA A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa*. PP: 2-4. LabCom
- Bastos, Hélder (2011). *Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, Papéis e Ética*. Livros Horizonte.
- Camponez, Carlos (2002). *Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. MinervaCoimbra.
- Camponez, Carloz (2002). *Jornalismo de Proximidade. Capítulo VI: Territórios da Cidadania*. PP: 160-165. MinervaCoimbra
- Correia, João Carlos (2012). *Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. Livros LabCom.
- Faria, Andreia (2020). *As redes sociais e o jornalismo regional no Norte: um estudo sobre o aproveitamento das potencialidades do mundo digital*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Minho.
- Jerónimo, Pedro (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: A construção de notícias online na imprensa regional em Portugal*. Tese de Doutoramento. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Villarroel, Danilo (2019). *Periodismo digital hiperlocal: Caso Diario de Riobamba*. In Santiago Tejedor, *HERRAMIENTAS DIGITALES PARA COMUNICADORES* (pp. 135-137). Universitat Autònoma de Barcelona