

REDES CIDADÃS E JORNALISMO: A RELAÇÃO ENTRE SOCIEDADE CIVIL E VEÍCULOS JORNALÍSTICOS ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS ONLINE ¹

Ana Luísa Vaghetti ²

Resumo

Neste artigo busca-se trazer o resultado de uma pesquisa científica sobre a relação e interação das mídias hegemônicas com a mídia cidadã da cidade de Ponta Grossa, através das redes sociais. Apresentam-se conceitos de redes sociais, *autocomunicação* e mídia cidadã para compreender as relações entre os veículos hegemônicos e grupos civis, através da produção jornalística. Utiliza-se do método de análise de conteúdo para coletar as matérias postadas nas páginas do Facebook dos veículos hegemônicos e uma observação não participante *in loco* da produção jornalística para alcançar os objetivos. A meta é garantir uma observação e análise das formas de interação no Facebook entre a sociedade civil e os veículos hegemônicos locais. A pesquisa contribui para a identificação dos desafios colocados às organizações populares na área de comunicação. Os estudos identificam as formas de comunicação nas redes de entidades, movimentos sociais, organizações, sindicatos e associações.

Palavras-chave: Jornalismo, redes sociais, mídia cidadã, produção jornalística e *autocomunicação*.

Introdução

O presente artigo é resultado da pesquisa de iniciação científica desenvolvida dentro do plano de trabalho do Grupo de Estudos e Pesquisas em Mídias Digitais (Gemidi) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Tal grupo de pesquisa vem promovendo o debate teórico e estudos relacionados aos temas jornalismo, mídias digitais, metodologia e mídia cidadã na internet. Trata-se do esforço de levantar dados empíricos da relação da mídia cidadã com a mídia hegemônica, através de base teórica que considera as mídias cidadãs

¹ Trabalho apresentado no Painel Temático 67 - "Jornalismo colaborativo e participação" do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

² Estudante de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), bolsista de iniciação científica (período 2015/2016) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Cnpq) com orientação da professora doutora em Ciências da Comunicação Maria Lúcia Baecker. E-mail analuisa.vs@hotmail.com.

sendo os veículos de comunicação mantidos por grupos civis, associações, movimentos sociais, sindicatos e demais organizações das comunidades.

A partir dos conceitos de convergência, *autocomunicação*, redes sociais e mídia cidadã, este artigo inicia uma reflexão acerca do contexto histórico, influências e causas da relação entre a sociedade civil e os veículos jornalísticos hegemônicos. Primeiramente, as teorias de Manuel Castells (2009) consideram que a *internet* trouxe um novo modelo de participação, e as tecnologias digitais possibilitaram: fluxo bidirecional da informação, proliferação dos espaços sociais na rede e ampliação das formas de sociabilidade. A conectividade permanente, participação, interatividade e democratização da comunicação com novos espaços e canais são características próprias desse processo.

Manuel Castells (2009) refere-se às mídias digitais como possibilidades de participação, utiliza o termo *autocomunicação* para caracterizar as novas formas de autonomia de produção de mensagem: sistema próprio de comunicação de massa, poder descentralizado, comunicação de todos para todos, forma mais popular de consumo e produção. Da mídia interativa para a mídia participativa, a obra “Cultura da Convergência”, de Henry Jenkins (2009), discute que a convergência representa uma “transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos diversos” (JENKINS, 2009, p.29).

Nesse contexto, as redes sociais possibilitam a realização de troca de informação, conversação e interação entre os atores sociais, viabilizando o que aqui está sendo chamado de mídia cidadã. A partir dessa interação social criam-se laços dialógicos, novas formas de trocar comentários e grupos em que ocorrem essas trocas sociais. Raquel Recuero (2010) conceitua as redes sociais emergentes como “vivas”, redes em constante dinâmica de interação e que permitem fazer mapeamentos, pois os comentários, recados e conversações são visíveis nos sites das redes sociais. A interação social é caracterizada pela reciprocidade, só acontece quando um ator social corresponde ao outro, tipo mútuo.

A interação social mútua forma redes sociais onde os laços são constituídos de um pertencimento relacional, que é emergente, caracterizando pelo “sentir-se parte” através das trocas comunicacionais. Além disso, nessas redes, há concentração de um maior número de interações entre os mesmos nós. (RECUERO, 2010, p.96)

A pesquisa leva em conta o trabalho de alguns autores, como Peruzzo (1998 e 2003), Downing (2003), Moraes (2007), Paiva (2007), Castells (2013), entre outros. Compreende-se

mídia cidadã como os meios utilizados por grupos, entidades ou movimentos sociais para sua comunicação. A definição leva em consideração o fato de que essas unidades associativas são estabelecidas, no contexto social, na luta pela garantia do acesso a direitos relativos ao exercício da cidadania. Ou seja, buscam de alguma forma reconhecimento e espaço midiático. O conceito tem como referente às definições de comunicação comunitária, popular, alternativa, livre, radical e/ou independente.

O conceito de comunidade leva a compreender o processo de produção jornalística dentro dos espaços de redes sociais. Para Palacios (1990) o jornalismo comunitário vai além das barreiras geográficas:

Comunidade não é simplesmente um lugar no mapa. As pessoas podem ter uma diversidade de experiências de comunidade, independentemente de estarem vivendo próximas umas às outras. A comunidade deve ser vista como toda forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum de um grupo de pessoas, seja qual for a dimensão desse grupo e independentemente de sua dispersão ou proximidade geográfica (PALACIOS, 1990, p.106)

Portanto, dentro dessa comunidade espera-se diálogo e interação entre grupos e campos sociais. Deve-se verificar através desta pesquisa se há um conversa entre os veículos hegemônicos e a mídia cidadã, ou seja, se há um agendamento entre eles e um diálogo através de pautas, coberturas e produções jornalísticas.

Metodologia

Complementando a reflexão teórica, através de uma observação exploratória, foi feito um levantamento dos veículos hegemônico da cidade de Ponta Grossa e seus pontos de presença nas redes sociais para definir a amostra da pesquisa. As redes sociais como Twitter, Youtube e Instagram não foram consideradas dentro da análise, por não haver a publicação frequente de conteúdos jornalísticos e interação com a sociedade civil. Devem-se considerar apenas as publicações feitas na página do Facebook dos veículos hegemônicos.

A partir de uma primeira análise dos projetos de pesquisas que visam observar a replicação de notícias, de janeiro a dezembro de 2015, de caráter comunitário nas redes sociais, foi constatado que os veículos radiofônicos da cidade de Ponta Grossa (Rádio Clube AM, CBN Ponta Grossa, Rádio Central Paraná AM, Rádio Santana AM, Difusora AM, Rádio Princesa FM, Rádio Mz Fm, Rádio Mix Ponta Grossa, Mundi FM, Rádio T, Jovem Pan PG FM, Rádio Amor 107 FM, Rádio Vila Velha) não atendem aos requisitos para prosseguir com

os métodos de pesquisa.

Visto que, esses veículos em um primeiro momento não possuem a dinâmica de compartilhar e publicar no Facebook conteúdos informativos. Notam-se que seis rádios não possuem atualização constante de publicação, outras cinco rádios atualizam o conteúdo que não se encaixam em um perfil noticioso, já que priorizam fotos de equipe, publicações sobre músicas e entretenimento. Duas rádios não possuem página no Facebook.

Somente cinco dos veículos radiofônicos possuem Twitter, sendo que destas, três utilizam-no para divulgar conteúdo de entretenimento, uma rádio não atualiza a rede social desde 2012 e a outra replica o mesmo conteúdo do Facebook, desatualizado e pouco noticioso. Uma das rádios possui perfil no Instagram sem replicação de notícias e somente uma possui YouTube para veiculação de vídeos de shows, eventos e participação de celebridades na emissora.

Com esses dados fica evidente que as comunidades não tem espaço para interagir através de replicação de conteúdos, comentários e diversos outros meios que as redes sociais proporcionam. E os poucos conteúdos replicados são mais direcionados a assuntos da cidade em geral, ou seja, não há a preocupação em as rádios publicarem conteúdos de mídia cidadã, relacionados à associações, sindicatos, movimentos sociais, entidades e grupos. A partir desses argumentos justifica-se a opção de não utilizar as emissoras de rádio na amostra de pesquisa.

A escolha dos veículos impressos foi feita a partir das interações do público com os conteúdos jornalísticos nas redes sociais online das principais mídias impressas pontagrossenses, entre elas: Jornal da Manhã e Diário dos Campos.

O Jornal da Manhã e o site ARede veiculam o mesmo conteúdo já que representam a mesma empresa jornalística. Foi constatado que o impresso Jornal da Manhã possui menos interações no Facebook e em outras redes sociais do que a sua empresa filiada webjornalística ARede. Dessa forma, optou-se por analisar ARede que, apesar de ter sido fundada em novembro de 2013, possuía 67.539 até o dia 27 de agosto de 2016. Em comparação, o Jornal da Manhã foi fundado em julho de 1954, mas apresentava apenas 42.920 curtidas até o dia 27 de agosto de 2016. Como segunda opção de amostra, escolheu-se o jornal impresso concorrente Diário dos Campos cuja página do Facebook possuía 55.040 curtidas até o dia 27 de agosto de 2016.

Ponta Grossa possui como emissoras televisivas: TV Esplanada RPC, TV Rede Massa, TV Vila Velha, TV Educativa e TV Comunitária. A Rede Massa de Ponta Grossa não possui uma página oficial no Facebook, veicula os conteúdos através de páginas dos programas da emissora. Optou-se, então, pelo programa jornalístico Tribuna da Massa, que veicula conteúdos próprios do município. A página do programa Tribuna da Massa possuía 43.499 curtidas até o dia 27 de agosto de 2016. Já a Rede Paranaense de Comunicação (RPC), afiliada local da Rede Globo, possui uma página própria no Facebook, que publica os conteúdos jornalísticos. A página RPC Ponta Grossa possuía 28.151 curtidas até o dia 27 de agosto de 2016. As demais emissoras televisivas, Vila Velha, Educativa e Comunitária não foram escolhidas pela falta de atualização frequente de conteúdos e de interação com o público nas redes sociais online, principalmente no Facebook.

Sendo assim, a amostra da pesquisa engloba a análise dos conteúdos das páginas do Facebook dos seguintes veículos de Ponta Grossa: Diário dos Campos, Arede, RPC Ponta Grossa e Tribuna da Massa.

Para verificar a atuação da mídia cidadã nas redes sociais foi preciso fazer um levantamento dos principais grupos da cidade (entidades, sindicatos, movimentos e organização). Foram analisadas 61 entidades que compõem a rede cidadã de Ponta Grossa, organizam-se como ONGs: Associação dos Deficientes Físicos de Ponta Grossa, Associação Mãozinha de Anjo, Associação de Pais e Amigos dos Deficientes Visuais, Associação Pontagrossense de Emancipação para Deficientes, Associação Pontagrossense de Lideranças Comunitárias e Entidades Filantrópicas, Associação de Trabalhadores Manuais São José, Bando da Leitura, Cacique Pena Branca, SOS Bichos, Grupo Fauna, Abolicionistas Veganos, Grupo Muzenza de Capoeira, Grupo Movidos pela Capoeira, Grupo Ilê de Bamba, Grupo Renascer, Grupo Reviver, Núcleo Promocional Pequeno Anjo, Obesos Alerta, Observatório Social do Brasil – Campos Gerais, Sorriso Negro dos Campos Gerais, União das Associações de Moradores de Ponta Grossa, União dos Deficientes Visuais, Você Consegue, Associação em Prol da Maternidade Ativa e Segura, Associação Artesanal do Excepcional de Ponta Grossa e Caso do Idoso Paulo de Tarso.

Já quanto aos sindicatos, encontram-se as seguintes entidades: APP Sindicato – Seção Ponta Grossa; Sindicatos dos Bancários de Ponta Grossa; Sindicato dos Comerciantes de Ponta Grossa; Sindicato dos Trabalhadores em Correios de Ponta Grossa; Sindicato dos Trabalhadores em Fiação e Tecelagem de Ponta Grossa; Sindicato dos Frentistas de Ponta

Grossa; Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Massas, Laticínios, Carnes e Derivados e Alimentação de Ponta Grossa; Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social e de Formação e Orientação Profissional de Ponta Grossa; Sindicato de Trabalhadores na Indústria de Cerveja e Bebidas em Geral; Sindicatos dos Servidores Públicos Municipais de Ponta Grossa; Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro e Similares e em Turismo e Hospitalidade de Ponta Grossa; Sindicato dos Metalúrgicos de Ponta Grossa; Sindicato dos Docentes da Universidade Estadual de Ponta Grossa; Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Ponta Grossa; Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Ponta Grossa e Sindicato dos Vigias e Vigilantes de Ponta Grossa.

Identificam-se como movimento social: Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral de Ponta Grossa; Rede Solidária de Produtores e Consumidores Agroecológicos Emiliano Zapata; Coletivo Feminista Resistência Amapô; Movimento Pró-Ciclovias Ponta Grossa e Associação dos Usuários do Transporte Coletivo de Ponta Grossa. Na forma de coletivo cultural e movimento estudantil encontram-se apenas o Hip-Hop Ponta Grossa e a Mobilização Estudantil da UEPG, respectivamente. Organizam-se como associação de moradores os seguintes grupos: Associação de Moradores do Bairro Nossa Senhora das Graças; Associação de Moradores da Vila Izabel; Associação de Moradores do Cará-Cará; Associação de Moradores do Santa Maria; Associação de Moradores do Loteamento Ouro Verde; Associação de Moradores do Bairro DER; Associação de Moradores do Núcleo Santa Paula; Associação de Moradores da Palmeirinha; Associação de Moradores do Núcleo Rio Verde; Associação de Moradores do Bairro Maria Otília; Associação de Moradores do Bairro de Olarias e Associação de Moradores da Vila Princesa e Tavares.

Através do levantamento das 61 ONGs, Sindicatos, Movimentos e Associações de Moradores de Ponta Grossa buscou-se analisar a existência de atuação/interação dessas comunidades cidadãs nas redes sociais como: Facebook, Twitter e Youtube. A observação exploratória permitiu concluir que 40 grupos possuem conta no Facebook, sendo que 11 páginas possuem atualizações frequentes, 15 páginas com atualização infrequente e 14 com publicações desatualizadas.

No caso do Twitter, das 61 entidades analisadas, somente 11 possuem conta na rede social, sendo que esses grupos não interagem com o público e não possuem publicações frequentes, conteúdo desatualizado. Já no Youtube há 13 grupos na rede, porém não há interação com o público e nem periodicidade frequente de publicação de conteúdo. Assim,

excluem-se da análise as formas de atuação nas redes sociais do Twitter e Youtube, já que os grupos e entidades não costumam atualizar conteúdo e nem interagir nessas redes. A observação exploratória deve levar em conta somente os conteúdos publicados no Facebook.

A análise mostra que se deve levar em conta as entidades com maior atuação no Facebook, separando as 11 páginas com atualizações frequentes, percebe-se que dessas páginas somente duas possuem interação ativa com o público através de comentários. Há ainda mais duas entidades com interação ativa com o público, porém a atualização dos conteúdos é infrequente. Assim optou-se por analisar as duas entidades que possuem atualização frequente de conteúdo e interação com o público. É o caso da ONG - SOS Bichos e do sindicato APP - Sindicato - Seção Ponta Grossa. Ressalta-se aqui que tal observação exploratória das mídias cidadãs só foi possível por conta de uma pesquisa de Iniciação Científica de Rodrigo Menegat sobre “Atividade *online* dos movimentos sociais de Ponta Grossa: análise dos pontos de presença de entidades parceiras do Portal Comunitário”.

Com a definição de amostragem, a coleta de dados seguiu duas linhas principais: registro de informações recolhidas nas publicações no Facebook e registro de observação não participante *in loco* nas redações dos veículos. A análise de conteúdo se coloca como o método mais adequado para a pesquisa de situações frequentes, assim como para “avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações” (HERSCOVITZ, 207, p. 123). Através de uma tabela no aplicativo de planilhas eletrônicas Excel, em uma semana aleatória do mês de agosto, foi feita a coleta dos seguintes dados das páginas do Facebook dos veículos hegemônicos:

- Nome do veículo, título da matéria, data, horário, retranca, número de reações, número de comentários, número de comentários de entidades, número de compartilhamentos e presença de material multimídia.

O objetivo era identificar a existência de conteúdos jornalísticos voltados às organizações cidadãs, ou seja, cobertura de acontecimentos relacionados aos grupos e entidades civis da cidade. Após a coleta de dados, a pesquisa seguiu com um tratamento dos dados coletados. A observação não participante *in loco* aconteceu através de visita no período da manhã nas redações dos veículos hegemônico de Ponta Grossa. Ao acompanhar o trabalho da equipe de jornalismo, o objetivo era analisar a relação com as fontes durante a produção, a forma como os jornalistas escolhem as pautas, e os modos de interação da sociedade civil durante a produção jornalística.

Veículos hegemônicos e grupos civis na produção jornalística

Durante uma semana de agosto de 2016, foi feita a coleta de todos os conteúdos postados na página do Facebook dos veículos hegemônicos da cidade (ARede, Diário dos Campos, RPC Ponta Grossa e Tribuna da Massa), respeitando os critérios da tabela criada. Foram coletadas 719 publicações, sendo que, dessas, 38 faziam referência em seu conteúdo à sociedade civil, aqui considerando as entidades, grupos culturais, sindicatos, associações, movimentos sociais ou outras organizações populares.

No caso do portal ARede surgiram notícias sobre sindicatos, movimentos sociais, grupos culturais e entidades como: “Policiais civis cruzam os braços em sinal de protesto”; Food trucks arrecadam verba para entidade de PG”; Alunos ocupam escola e reivindicam melhorias em PG”; Polícia militar realiza cavalgada solidária em PG”; Sindicato denuncia presos na 13ªSDP e viaturas sucateadas”; Paróquia Bom Jesus comemora 50 anos com festa”; “Entidades acionam MP para coibir MST em Castro”; “OAB-PG comemora dia do Advogado com semana jurídica”; “Fazenda Escola do Cescage recebe visita da ‘Proamor’”; “Entidades entregam documentos para coibir ações do MST”; “Alunos sinalizam para desocupação de escola a partir desta sexta-feira”; “OAB lança aplicativo para colher denúncias eleitorais”; “Food truck invadem PG neste fim de semana”; “Richa participa da posse da ACIPG nesta segunda”; “Food truck movimentam o Parque Ambiental” e “Festa de 50 anos de Paróquia acontece amanhã em PG”.

O Diário dos Campos apresentou as seguintes matérias jornalísticas relacionadas com grupos civis, entidades e sindicatos: “Nova diretoria ACIPG”; “Paralisação da Polícia Civil segue até quinta-feira”; “Aditivo em licitação paralisa ensaio da orquestra”; “Feira Orgânica terá mais um ponto de atendimento em PG”; “Evento de Testemunhas de Jeová deve reunir 3000 pessoas em PG”; “Direito UEPG leva projeto Falando em Família para Palmeira”; “Campanha do Agasalho em PG encerra com 82 mil peças”; “Paróquia de Ponta Grossa celebram semana da família”; “Ações querem atrair jovens de PG para vida religiosa”; “HAVAN entrega 26 mil reais de Campanha Troco a APAM”; “Sindicatos fazem ações em PG contra mudança na lei”; “SINDUEPG faz mobilização em Ponta Grossa”; “APAM é contemplada com Campanha Troco Solidário” e “Empresa solidária já garantiu 1,5 milhão para entidades de PG”.

Por fim, na página da Tribuna da Massa foram encontrados vídeos de reportagens

sobre: greve da Polícia Civil; ajuda da Defesa Civil às comunidades prejudicadas pela chuva (bairros); ocupação de colégio e Projeto Mascote da Alegria da Fazenda Cescage.

Nota-se que apesar de haver certa representatividade dos grupos civis através da produção jornalística, e as entidades que ganham visibilidade são sempre as mesmas, ou seja, alguns grupos nunca foram sequer citados pela mídia hegemônica. Os veículos acabam reféns também de grupos ligados a ações políticas e interesses de entidade privadas.

Ao analisar cada veículo, foi levantando que ARede teve 275 publicações, sendo 17 relacionadas à comunidade; no Diário dos Campos, dentro de um total de 399 publicações, 14 foram sobre esses grupos; a Tribuna da Massa teve 19 publicações, sendo 4 referentes a esses grupos; e a RPC não apresentou conteúdos relacionados à comunidade dentro das 11 publicações da semana.

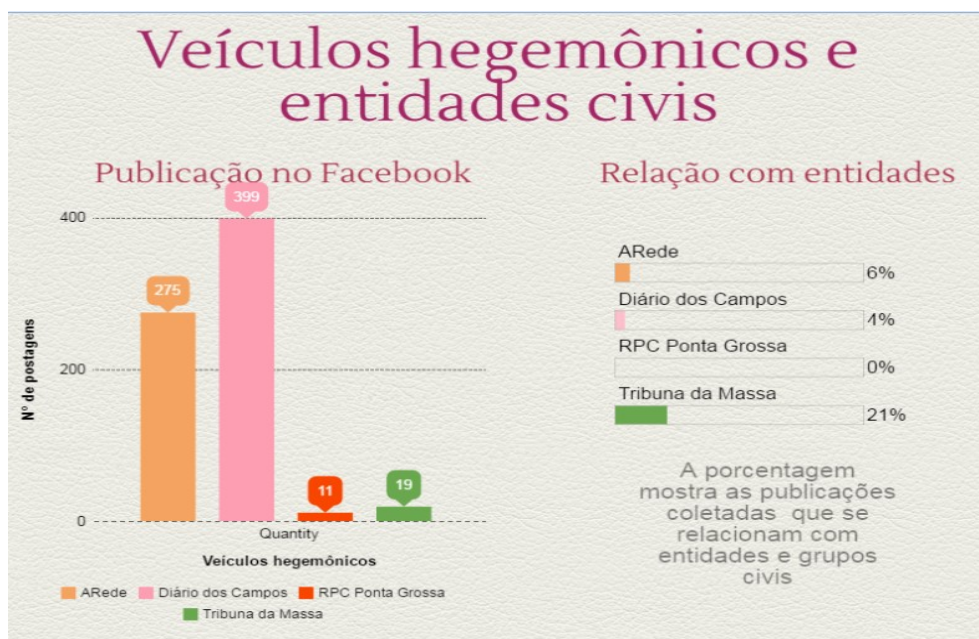


Gráfico 1: Representação da sociedade civil nos veículos hegemônicos de Ponta Grossa – Fonte: elaboração própria

Como resultado do acompanhamento do trabalho jornalístico nas redações, notou-se a baixa relação dos veículos hegemônicos com os grupos civis (entidades, sindicatos, movimentos sociais, associações ou outras organizações).

Nesta mesma linha, a pesquisa buscar fazer uma observação in loco das redações dos veículos hegemônicos para levantar as principais relações e interações destes com a mídia

cidadã. A redação do Portal Arede é composta por um repórter responsável por abastecer o site em cada período do dia. As pautas surgem logo cedo, através da leitura de conteúdos de outros sites jornalísticos, seja de televisão, impresso ou blogs; e dos relatórios da Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, Guarda Civil, Polícia Ambiental, entre outras fontes oficiais da segurança pública.

Os conteúdos publicados são, em sua maioria, policiais. Sugestões de pautas chegam também através de grupo no whatsapp do Jornal, assim como de comentários e mensagens no Facebook. São as pessoas da comunidade quem mais procura a redação, não há parcerias diretas com os grupos, movimentos, entidades ou organizações, no máximo, jornalistas mantêm um contato com alguns sindicatos. Não há reunião de pauta, o diálogo entre editor e repórter acontece através das redes sociais.

A apuração dos conteúdos informativos é feita inteiramente pelo telefone, mensagens em redes sociais e sites em geral. Durante a manhã um repórter fotográfico é responsável por cobrir as pautas na rua, mas a maioria delas é voltada para o jornal impresso (Jornal da Manhã). A todo o momento, o jornalista verifica o Google analytics, para controlar o alcance de público do portal. O ambiente da redação é movido pelo nervosismo e pressão do trabalho. Há uma forte dependência de assessorias de imprensa e fontes oficiais dos governos municipal, estadual e nacional. Pautas são em sua maioria factuais, mas, dependendo do dia, procura-se cobrir pelo menos duas pautas não factuais. Para continuar abastecendo o portal, o repórter traz conteúdos nacionais, textos de agências e assessorias, conteúdo esportivo e material que entrou no impresso.

O jornalista assume ainda o papel do social mídia, precisa criar estratégias para aumentar o público e responder à comunidade que entra em contato com o jornal (por telefone, Messenger do Facebook e Whatsapp). Algumas matérias são atualizadas com o tempo, dependendo do acontecimento. Durante o período da tarde, a redação funciona com mais repórteres, que produzem material para o jornal impresso. Na produção do impresso, os jornalistas são divididos em editorias, realizando um trabalho mais segmentado. O jornalista que cobre somente para o Portal Arede, apesar do forte cunho policial, precisa trazer alguns temas variados.

O Jornal Diário dos Campos também possui um único repórter responsável pela

produção do material da página do Facebook e do site, em cada período do dia. A primeira atividade da produção é conferir as ocorrências do município e verificar as informações publicadas pelos outros veículos da região, sejam impressos, televisões, blogs ou sites. O jornalista é responsável por apurar o material, editar e postar o conteúdo. As pautas surgem através dos boletins da Polícia, relatórios e fontes da segurança pública. Nota-se novamente que a busca maior é por conteúdo policial. O texto postado é atualizado no decorrer dos acontecimentos. O repórter responsável por atualizar o conteúdo do site e Facebook não sai pra rua, toda apuração é feita dentro da redação, através de sites, telefone e redes sociais.

No Diário dos Campos, o editor chefe tem uma pequena conversa com o repórter sobre as sugestões de pautas e seus encaminhamentos. O fotógrafo trabalha o maior tempo na rua, coletando imagens para o site e principalmente para o impresso. Durante o período da tarde, a redação possui mais repórteres divididos em editorias que atuam na produção do jornal impresso. A comunicação entre a equipe acontece pelas redes sociais e pelo próprio sistema de intranet da empresa.

A maior preocupação dos jornalistas é com os acontecimentos factuais (hard news). Algumas informações checadas pela repórter durante a manhã são reaproveitadas e melhor apuradas para entrarem no impresso. O Whatsapp do Jornal é outro meio em que chega muito conteúdo da comunidade. Apesar de o jornal não ter uma parceria direta com os grupos civis, percebe-se que surgem sugestões de pautas ligadas às entidades beneficentes para divulgação de feiras de adoção, bazares e outros eventos. A comunidade em geral costuma enviar reclamações, denúncias e pedidos de ajuda para os repórteres, através das redes sociais e telefone.

A produção mostra-se dependente dos materiais de agências, assessorias de imprensa e fontes oficiais do governo. Na redação os jornalistas estão sempre monitorando a audiência do site e das redes sociais. Quando há uma falta de pautas, repórteres sempre buscam entrar em contato com as fontes de confiança, perguntam sobre situação dos bairros e tentam levantar pautas novas.

Nas televisões, a dinâmica de produção apresenta diferenças comparadas ao impresso. No caso da RPC Ponta Grossa, a produção das matérias é totalmente voltada somente para a televisão. As redes sociais são mais utilizadas como um meio de diálogo com a sociedade do

que como um meio de divulgação da empresa e dos conteúdos jornalísticos. Todos os repórteres podem postar material no Facebook, ou seja, não existe uma pessoa responsável por mídias sociais. As sugestões de pautas surgem nos grupos de whatsapp da TV, no aplicativo por meio de mensagens e fotos, e pelo Messenger do Facebook.

Os repórteres ficam na redação para editar o material, mas isso só depois de apurar e fazer entrevistas na rua. Há reunião de pauta para organizar e dividir as produções. Algumas pautas seguem quadros próprios do jornal da RPC. Percebe-se que na produção certas pautas atendem as demandas da comunidade e são fruto de reclamações, denúncias e pedidos de ajuda, porém ganham novos enquadramentos durante a produção. Esses conteúdos não são encontrados na página do Facebook, já que as redes sociais não são prioridade da equipe.

Os grupos civis são mais usados como personagens e fontes das matérias produzidas pelos jornalistas. Quando entidades e sindicatos entram em contato (por telefone ou pessoalmente), para oferecer sugestões de pautas, normalmente são pautas muito internas do grupo que só afetam uma parcela pequena da comunidade; por isso, a RPC não oferece tanto espaço a esses grupos civis. A equipe se comunica por um sistema interno do jornal e por redes sociais. O tempo da produção é bem mais controlado, os jornalistas são guiados pelo relógio. Como os outros veículos, a RPC sempre acessa os conteúdos publicados pelos outros meios de comunicação da região, seja impresso, TV, blogs e sites.

No caso da Rede Massa – programa Tribuna da Massa –, a produção é diferenciada se comparada à RPC Ponta Grossa. Logo cedo, o produtor (pauteiro) confere as notícias dos outros veículos do município (impresso, TV, blogs e sites). Apesar de todos poderem acessar as redes sociais do jornal, há um profissional específico para cuidar das mídias digitais, em cada período do dia. Isso acontece porque o número de mensagens que chegam por dia no Whatsapp e no Facebook é enorme, são cerca de 400 mensagens no Whatsapp e 2.000 pelo Messenger do Facebook. É a comunidade quem procura normalmente a TV, seja para divulgar um acontecimento, reclamar, denunciar ou pedir ajuda.

O trabalho da equipe é bem factual, trabalham contra o relógio. Há uma forte utilização do Facebook como ferramenta, lançam perguntas para o público, sorteios, desafios e outras atividades que movimentam a interação com a comunidade. Não há parceria concreta com os grupos civis, porém acabam utilizando as entidades, comunidades, casas de acolhida,

e/ou projetos sociais como personagens ou fontes, assim como na escolha de pautas. O programa realizado pela equipe tem o teor mais assistencialista e sensacionalista, há uma preocupação em dar voz à comunidade. A Rede Massa possui grupos no Whatsapp de ajuda e assistência ao povo. Nota-se, dentro do próprio jornal ao vivo, uma maior preocupação em interagir com o público por meio das redes sociais. Além do cunho voluntário e assistencialista, grande parte do conteúdo é policial.

No caso da autocomunicação dos grupos civis, também foram coletados os conteúdos postados nas páginas do Facebook. A SOS Bichos apresentou oito publicações durante o período de uma semana, e a APP-Sindicato teve 16 publicações. Particularmente, esses dois grupos civis possuem interação com a comunidade por comentários. Em comparação com as demais mídias cidadãs, a SOS Bichos e a APP-Sindicato são exemplos de comunidade que se utilizam das redes sociais para divulgar suas atividades.

A SOS Bichos tem conteúdos mais voltados para divulgação, pedido de ajuda e agradecimento. Durante a semana de coleta, houve postagens de: fotos de cachorros abandonados; divulgação da conta bancária para posteriores doações; agradecimentos; pedidos de ajuda e apresentação de formas de financiamento da entidade. A publicação com o maior número de reações foi “Nosso mascote lindo voltou! Polaco está bem graças a Deus!!”.

Já a APP-Sindicato assume posição política, posta vídeos na APP TV e compartilha fotos dos movimentos ligados ao grupo. Houve postagens sobre: caravanas de educação; movimentos em prol aos direitos educacionais; problema de infraestrutura em escola de Ponta Grossa entre outras. A postagem com maior número de reações foi “APP foi fundamental na pressão contra o PL 257/2016, em Brasília”.

Em conversa com as equipes dos veículos hegemônicos, a SOS Bichos chegou a ser citada como fonte de matéria, mas nada de relações fortes entre o grupo e o veículo. Já a APP-Sindicato não foi mencionado pelas equipes. Notou-se uma falta de iniciativa das mídias hegemônicas, no geral, em incluir a voz dos grupos da mídia cidadã. Isso parece acontecer também pela falta de interesse dos próprios grupos civis em interagir com o público através das suas redes sociais e manter publicações frequentes em suas páginas, ou seja, mostrar forte atuação através das redes.

Dos 61 grupos civis levantados, apenas 40 possuem página no Facebook, sendo que

dessas somente 10 atualizam o conteúdo com frequência. Dentro disso, duas entidades interagem ativamente com o público por meio de comentários, por exemplo. É o caso da APP-Sindicato e da organização SOS Bichos. Com a observação fica claro que muitos dos grupos de Ponta Grossa não se importam com a autocomunicação, não procuram usar esse potencial para divulgar seus materiais e trabalho. Falta para a mídia cidadã identificar sua capacidade de ser uma mídia organizada e que propague informação. As mídias cidadã parecem ainda não terem percebidos que podem ter um sistema de produção autônomo e independente, sem precisar buscar visibilidade somente através dos veículos hegemônicos.

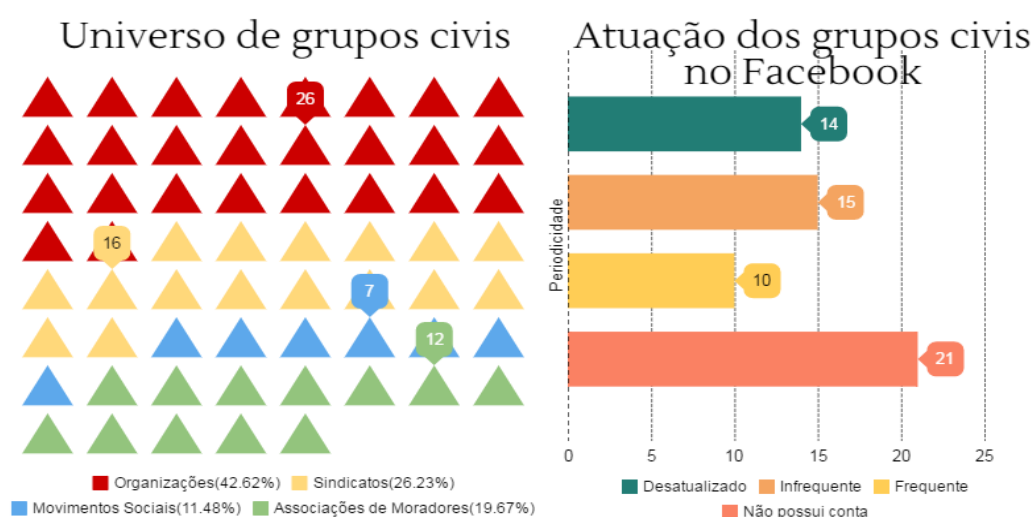


Gráfico 2: grupos civis de Ponta Grossa e suas publicações no Facebook. – Fonte: elaboração própria.

Considerações finais

Com o objetivo de identificar os desafios colocados para as organizações populares na área de comunicação, a pesquisa revelou que a mídia cidadã não possui representatividade suficiente através das redes sociais online. Há uma falta de utilização desse meio tecnológico para exercitar a *autocomunicação*. Os grupos civis não utilizam dos novos meios para relação com o público e divulgação de conteúdos relacionados às suas atividades. Falta atitude dos grupos, associações, sindicatos, movimentos sociais e ONGs em transmitir suas atividades através das chamadas mídias sociais.

A observação exploratória permitiu levantar um grande número de entidades,

movimentos sociais, sindicatos, associações e organizações. Porém, notou-se que somente dois grupos dentro desse universo se utilizam das redes sociais online como ferramenta de trabalho. Os demais grupos civis ainda apresentam publicações pouco frequentes e nenhuma interação com o público alvo.

As entidades e grupos não parecem demonstrar interesse em serem pautados pelas mídias hegemônicas. Muitos deles só recorrem aos jornais e TVs para divulgação de eventos ou pedidos de ajuda. De um modo geral Facebook é uma grande ferramenta de auxílio para grupos que buscam visibilidade e vínculo com o seu público, já que os veículos hegemônicos estão muito refém dos conteúdos policiais, por exemplo. Mas o desafio dos grupos civis continua sendo estabelecer relação e interação com a sociedade como um todo.

Além disso, percebe-se que os próprios veículos hegemônicos não se preocupam em manter relações com as organizações, entidades, movimentos e sindicatos. Há maior preocupação com os conteúdos mais factuais; quando recorrem às matérias frias optam por atender as demandas gerais da sociedade. As equipes de produção dos veículos alegam que os problemas dos grupos civis são, ainda, muito específicos.

Por mais que a pesquisa tenha apontado que 38 publicações, durante a semana de coleta, relacionavam-se com os grupos civis, esses conteúdos atendiam apenas reclamações, pedidos de ajuda e de divulgação de eventos vindos da população. A interação entre os veículos hegemônicos e a mídia cidadã não é maior também pela falta de procura desses grupos em ter suas pautas colocadas nos veículos da comunicação de massa (impressos, online e televisivos).

Outra questão percebida é que a relação dos veículos com a comunidade acontece quando os jornalistas buscam retratar perfis específicos por meio de histórias de vida. Nota-se como desafio a ser enfrentado pelos atores sociais com suas mídias cidadãs as seguintes características dos veículos jornalísticos: pautas extremamente factuais e a forma de segmentação dos veículos hegemônicos, que não engloba os atores sociais.

O grande desafio das organizações populares é ainda mostrar sua importância e representatividade dentro da sociedade. É preciso entender como esses grupos civis se relacionam com a sociedade e se ligam diretamente com os problemas da população. A partir do momento em que esses grupos tiverem mais voz dentro da própria sociedade e se

organizarem melhor dentro dos meios comunicacionais, acabarão por serem mais pautadas pelas mídias hegemônicas da cidade.

Referências

CASTELLS, Manuel. **Mídias digitais como possibilidades de participação**. 2009.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DOWNING, John. **Mídia radical**. São Paulo: Senac, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2009.

HERSCOVITZ, Heloiza G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007, p. 123-142.

MORAES, Dênis. **Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. V. IX, nº 2, mayo – ago. 2007.

PAIVA, Raquel (Org.) **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

PALÁCIOS, Marcos. **Sete teses equivocadas sobre comunidade e jornalismo comunitário**. Revista Comunicação & Política: comunicação pela América Latina. Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos. São Paulo: Oito de Março, ano 9, n. 11, p. 103-110, abr./jun. 1990.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Revisitando os conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor**. Palavra Clave, v. 11, p. 367-379, 2008.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Movimentos sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas**. Revista Fronteira, v. 11, p. 33-43, 2009.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou” (?)**. Revista Matrizes (online), v. 7, n. 2, p. 73-93, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulinas, 2010.