



Participação do leitor em páginas do *Facebook* de jornais do interior do Rio Grande do Sul¹

Cândida SCHAEGLER²

Beatriz DORNELLES³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo objetivou, a partir de pesquisa descritiva, relatar a interatividade entre leitores e jornais do interior do Rio Grande do Sul, através da página dos veículos de comunicação no *Facebook*. Por meio de observação e análise de conteúdo, identificamos as editoriais mais comentadas, as principais opiniões e demandas dos internautas e como são atendidos pela redação do jornal. Selecionamos uma amostra aleatória de três veículos, localizados em diferentes regiões do estado: Correio Vacariense, de Vacaria, na região dos Campos de Cima da Serra; Diário da Manhã, de Passo Fundo, na região da Produção; e Ibiá, de Montenegro, no Vale do Caí. Verificamos que em cidades menores a participação é intensa, enquanto em municípios maiores o contato com o jornal torna-se mais impessoal e distante.

PALAVRAS-CHAVE: Facebook; Internet; Jornalismo Local; Webjornalismo Participativo.

Introdução

A constituição das cidades do interior não permite que os jornalistas do veículo de comunicação local sejam arrogantes, prepotentes ou esnobes. Caso contrário, o periódico pode vir a fechar, pois esses leitores “se consideram ‘donos’ do jornal e não admitem burocracias para serem atendidos pela imprensa local” (DORNELLES, 2004, p. 133). Se antes o leitor se dirigia à sede do veículo e exigia conversar pessoalmente com o dono ou editor-chefe, hoje a internet encurtou ainda mais esse espaço, sem a necessidade de sair de casa. As páginas dos periódicos interioranos na rede social *Facebook* tornaram-se um canal de comunicação entre os moradores da cidade e a redação. Além de comentarem nas chamadas, notas e fotos que o jornal compartilha

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Estudante de graduação do 7º semestre de Comunicação Social - Jornalismo da Famecos/PUCRS e bolsista de Iniciação Científica do CNPq, email: candidaschaedler@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação da Famecos/PUCRS, email: biacpd@puccrs.br.



pela rede social, eles também podem sugerir pautas, criticar e cobrar melhores informações de maneira mais direta e simples, sem intermediação. Os leitores de jornais do interior têm agora maiores chances de se fazerem ouvir.

Para averiguar de que maneira isso acontece, quais as críticas mais comuns, as editorias mais comentadas e a maneira como os veículos interioranos lidam com a participação do leitor pelo *Facebook*, acompanhamos as páginas de três jornais de diferentes regiões do Rio Grande do Sul, levando em conta o número de habitantes de cada cidade, a periodicidade do jornal impresso e a frequência com que a redação utiliza a rede social.

Como ponto de partida, estabelecemos um número similar de postagens para analisar em cada página, oscilando entre 120 e 150 postagens, com o objetivo de mostrar, com mais precisão, a participação desses leitores. Como há jornais que publicam menos recursos de multimídia e não atualizam a página do *Facebook* diariamente, nosso período de observação foi distinto para cada um. No Diário da Manhã, de Passo Fundo, localizado na região da Produção, foram 150 publicações na página em apenas uma semana, o que configurou nosso período de análise de 4 de março de 2015 a 26 de fevereiro de 2015. No Ibiá, de Montenegro, localizado no Vale do Caí, o período se estendeu por três semanas, tempo que a redação levou para atingir 123 postagens. Já o Correio Vacariense, de Vacaria, na região dos Campos de Cima da Serra, foi observado por quatro meses, somando 122 postagens do período de 4 de março de 2015 a 5 de novembro de 2014. Durante o respectivo período para cada página de *Facebook* dos jornais, também analisamos as publicações dos leitores no mural dessas páginas – ferramenta que os permite publicar diretamente na página do jornal, sem comentar em links ou postagens específicas –, o que nos permitiu chegar a um resultado mais preciso das principais demandas e opiniões dos internautas.

Para isso, a metodologia empregada foi a pesquisa descritiva, com análise de conteúdo dos comentários e postagens encontrados no período analisado e a revisão bibliográfica sobre o assunto, buscando estabelecer uma relação entre as características do jornalismo no interior e o jornalismo participativo por meio da internet e, especificamente, a partir do *Facebook*.

Conforme Recuero (2012), a interação que acontece no *Facebook* é muito mais pública, permanente e rastreável do que as conversações que acontecem fora das redes sociais. Isso pode “delinear redes, trazer informações sobre sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções de grandes grupos de pessoas” (RECUERO, 2012, p.



17). Além disso, como lembram Morais e Sousa (2012), as redes sociais na internet abrem novos espaços para a participação dos cidadãos. Para além da divulgação de informações, o *Facebook* pode tornar-se um espaço para o debate e a interação (MORAIS e SOUSA, 2012).

O Jornalismo e as redes sociais na internet

A internet chegou ao Brasil em 1994. Já as redes sociais para a *web* foram desenvolvidas a partir de 2000, cuja característica principal era a interatividade e colaboração entre usuários (LONGHI e SOUSA, 2012). As redes sociais para a internet abriram um novo espaço para a produção e circulação de notícias que vem sendo utilizado com o objetivo de conquistar um novo público e, assim, aumentar o número de leitores.

Para analisar as redes sociais, é preciso compreender que elas são compostas de dois elementos: atores e suas conexões. Os atores podem ser pessoas, grupos ou instituições, enquanto as conexões “são as interações ou contatos que ocorrem entre os atores”, também conhecidas como laços sociais (AMARAL, 2012, p. 17-18).

Conforme Recuero (2009), com o objetivo de observar padrões de conexão entre indivíduos, a rede social é uma metáfora empregada a partir da ligação estabelecida por diversos atores. Por meio de ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC), as pessoas hoje podem se expressar e sociabilizar, o que se configura como uma das principais mudanças que elas trouxeram.

A interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na Internet. Mas mais do que isso, a interação mediada por computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais (RECUERO, 2009, p. 36).

A partir da crença de que as novas tecnologias abrem meios de participação eficazes, os veículos de comunicação sentiram a necessidade de aproveitarem-se delas para estreitarem contato com os atores sociais, conforme lembram Morais e Sousa (2012). No contexto da imprensa regional, essa participação torna-se ainda mais importante devido à proximidade cultivada com o público (MORAIS e SOUSA, 2012).

Mesmo que a imprensa do interior enfrente dificuldades econômicas, de recursos humanos e técnicos com frequência, ela pode encontrar nas redes sociais uma nova



oportunidade, “com custos reduzidos e com enormes potencialidades para continuar a desenvolver um jornalismo de proximidade suportado pelos novos paradigmas tecnológicos” (MORAIS e SOUSA, 2012, p. 25).

No contexto mediático atual, a hipótese de *Agenda Setting* pode estar sendo alterada, de acordo com Primo (2011). Isso acontece, sobretudo, com a participação de leitores nas redes sociais pela internet, uma vez que agora eles podem dizer ao veículo o que gostariam de ler, ao invés de a redação publicar o que acredita que deva pautar os assuntos dos leitores.

O *Facebook* é, hoje, a rede social mais utilizada do mundo, contendo 1,44 bilhão de usuários, sendo que o Brasil é um dos cinco países com mais cadastros nesse *site* no mundo⁴. Assim, Morais e Sousa (2012) enfatizam a necessidade de estudar seu uso, sobretudo no que tange à participação dos atores sociais e do potencial informativo da rede social.

Características da amostra selecionada

Para verificar como os jornais do interior estão se adaptando ao uso das redes sociais, especialmente ao *Facebook*, selecionamos uma amostra aleatória composta de três veículos interioranos no Rio Grande do Sul, localizados em regiões diferentes do estado e com periodicidade distinta.

O Diário da Manhã tem sede em Passo Fundo, cidade que, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui 195.620 habitantes⁵. O jornal circula diariamente e possui tiragem de 14.900 exemplares, abrangendo Passo Fundo e mais 23 municípios da região. O Produto Interno Bruto (PIB) passo-fundense totalizou R\$ 6,3 milhões em 2012, com PIB per capita de R\$ 33,506 mil. O Índice de Desenvolvimento Humano médio (IDH-M) da cidade é de 0,776, conforme medição de 2010. A área do município é de 783,4 quilômetros quadrados, com densidade demográfica de 235,92 habitantes por quilômetro quadrado. As principais atividades econômicas são a agropecuária e o comércio.

⁴ Informação publicada no Mashable, principal *site* de notícias que faz comentário sobre redes sociais. Disponível em: <<http://mashable.com/2015/04/22/facebook-quarter-user-numbers/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

⁵ Data de referência de 1º julho de 2014, segundo a pesquisa de Cidades do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Todos os dados sobre a cidade foram retirados do *site* do IBGE e estão disponíveis em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431410>>. Acesso em: 8 abr. 2015.



O Ibiá tem sede em Montenegro, cidade de 62.861 habitantes⁶, localizada no Vale do Caí. O jornal impresso circula de segunda-feira a sábado, possui tiragem de 7.500 exemplares e abrange mais três municípios além de Montenegro. O PIB da cidade em 2012 chegou a quase R\$ 1,9 milhão. O IDH médio é de 0,755, conforme estimativa de 2012. A área é de 424 quilômetros quadrados, com densidade demográfica de 140,13 habitantes por quilômetro quadrado, conforme o IBGE. A principal atividade econômica é a citricultura.

Já o Correio Vacariense é localizado em Vacaria, município situado na região dos Campos de Cima da Serra, com 64.564 habitantes⁷. O veículo também abrange outros oito municípios da região⁸. A versão impressa circula apenas aos sábados e possui tiragem de 2.500 exemplares. O PIB vacariense somou R\$ 1,25 milhão em 2012, com PIB per capita de R\$ 20.397,06. O IDH médio do município em 2010 foi indicado em 0,721. A área da cidade totaliza 2.124,58 quilômetros quadrados, com densidade demográfica de 28,9 habitantes por quilômetro quadrado. Vacaria é o principal produtor nacional de maçãs e sua atividade econômica concentra-se na fruticultura.

A participação dos leitores do Ibiá

No *Facebook* do jornal montenegrino Ibiá, os leitores são os mais participativos da amostra escolhida. Em três semanas (4 de março de 2015 a 12 de fevereiro de 2015) o jornal publicou 123 vezes na página e somou 305 comentários em 49 dessas publicações. O Ibiá não compartilha links em sua página do *Facebook*, pois o *site* do jornal é apenas a transcrição da edição impressa, cujo acesso é liberado somente a assinantes. Até às 17h do dia 4 de março de 2015, a página do veículo na rede social contabilizava 10.923 curtidas.

Dentre os assuntos mais comentados estava a paralisação dos caminhoneiros, que protestaram na ERS-124, nas imediações do polo petroquímico de Montenegro. Além disso, também foi muito recriminada a controversa ciclovia construída pelo

⁶ Data de referência de 1º julho de 2014, segundo a pesquisa de Cidades do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Todos os dados citados foram retirados do *site* do IBGE e estão disponíveis em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=431240>>. Acesso em: 08 abr. 2015.

⁷ Data de referência de 1º julho de 2014, segundo a pesquisa de Cidades do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Todos os dados citados foram retirados do *site* do IBGE e estão disponíveis em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=432250>>. Acesso em: 08 abr. 2015.

⁸ Os municípios são: Pinhal da Serra, Esmeralda, Muitos Capões, Campestre da Serra, Monte Alegre dos Campos, Bom Jesus, São José dos Ausentes e Jaquirana.



prefeito de Montenegro Paulo Azeredo (PDT), em janeiro deste ano⁹. Os leitores, por vezes, citavam a obra em meio a outras publicações que nada tinham a ver com o assunto, inclusive cobrando melhor cobertura jornalística sobre a questão.

Em 1º de março de 2015, a redação publicou uma nota informando a vitória de um ciclista de Pareci Novo, município de abrangência do veículo, localizado ao lado de Montenegro, em uma etapa do Campeonato Estadual de Ciclismo. Um leitor reclamou, no mesmo dia: “Ngm (sic) liga pra isso queremos (sic) noticia de vdd (sic)... Quando o paulo vai xevolver (sic) o dinheiro q ta (sic) gastando na ciclovía”. Não obteve retorno em forma de curtidas ou resposta.

No dia anterior, 28 de fevereiro de 2015, o jornal publicou o vídeo do pouso de um helicóptero na abertura do Rodeio de Integração em Montenegro, e contabilizou nove comentários. O vídeo, gravado durante o dia, foi publicado apenas à noite. Na postagem, feita às 23h41, o Ibiá escreveu que o helicóptero havia pousado “agora a pouco”. Naquela noite, uma leitora questionou: “Vc diz que ele pousou agora pouco... (sic) Mas agora a pouco (sic) de noite ou agora pouco da hora que foi gravado o vídeo... #confusa”. O comentário teve duas curtidas. O jornal a respondeu, no dia seguinte, que havia sido na tarde de sábado, mas que não haviam conseguido postar no momento da abertura do rodeio. Em seguida, o jornal corrigiu a nota que acompanhava o vídeo.

A interação seguiu na mesma publicação. Na noite de 1º de março, outro leitor perguntou se o aparelho era de alguma empresa que patrocina o evento ou se ele, na posição de contribuinte, estava pagando a “brincadeira”. No dia seguinte a redação o respondeu: “O helicóptero pertence ao Aeroclube de Montenegro. O pouso na abertura do rodeio foi uma apresentação que fez parte das comemorações nde (sic) aniversário de 75 anos do Aeroclube”.

Na mesma postagem, outro leitor reclamou que, enquanto o Brasil se manifestava contra o aumento nos preços do combustível e contra a corrupção, o jornal de Montenegro noticiava o pouso de um helicóptero no rodeio. O comentário teve seis curtidas, revelando o senso crítico de alguns leitores do Ibiá. Novamente puxando o assunto da ciclovía, outro comentário postado em 1º de março ironiza o prefeito de Montenegro: “Que legal, agora tem que pousar na ciclofaixa.”. Não obteve nenhuma reação ou curtida.

⁹ Cf. notícia retirada do *site* G1: CICLOVIA no meio de pistas provoca polêmica em Montenegro, RS. **G1**, Porto Alegre, 20 jan. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2015/01/ciclovía-no-meio-das-pistas-provoca-polemica-em-montenegro-rs.html>>. Acesso em: 04 abr. 2015.



Os leitores também interagem entre si nos comentários, como ocorreu no dia 27 de fevereiro de 2015, em nota que falava sobre a iniciativa de um grupo para levar café aos caminhoneiros que protestavam em frente ao Polo Petroquímico. Um usuário do *Facebook* convidou os interessados a participarem de uma ação similar no dia seguinte. Uma leitora mostrou-se disposta, ao passo que o mesmo leitor que havia feito o convite a respondeu que o evento não iria mais acontecer. Nas notas e fotos publicadas sobre as manifestações de caminhoneiros, o tom dos comentários era sempre de aprovação ao movimento.

No mesmo dia, 27 de fevereiro de 2015, o jornal incentivou diretamente a participação dos leitores, perguntando-os se tinham dificuldade de abastecer o carro em Montenegro e região ou se faltavam produtos nos supermercados. Nas respostas, é bem visível a proximidade do jornal com seus leitores e a abrangência de cidades que atinge. Um comentou: “Está tudo normal, pois trabalhador só faz rancho depois do quinto dia útil, pergunta de novo lá por quinta-feira!!!”. Ou seja, sugeriu que o jornal questionasse em outro dia, de maneira bem direta e coloquial. A pergunta também gerou reações de cidades vizinhas como Portão e São José do Sul, e ainda de Rio Grande, no sul do Estado, onde uma leitora informou que estava começando a faltar alguns produtos.

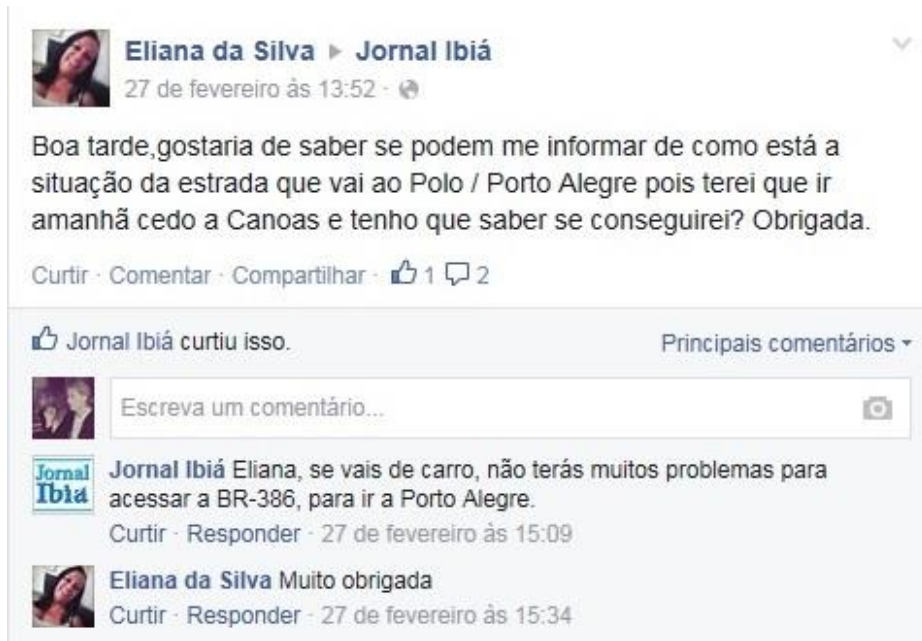
Os comentários também são utilizados para avisar de problemas que acontecem em algum bairro. Em 12 de fevereiro de 2015, o jornal publicou a capa da edição impressa, cuja manchete era “Semiaberto é a porta para voltar ao crime”, e uma leitora avisou a redação, de forma irônica, da falta de água que enfrenta no bairro Santo Antônio, em Montenegro. A capa não continha nada relacionado à queixa da leitora e ela não obteve resposta.

Publicações no mural da página do Ibiá

Se nos comentários de notícias os leitores já interagiam com o jornal, nas publicações que fazem no mural do *Facebook* do veículo a participação é ainda maior. A redação do Ibiá é, geralmente, muito atenciosa, como no caso especificado abaixo.

Figura 1

Interação de leitora com o Jornal Ibiá¹⁰



Na semana de análise, sete leitores escreveram diretamente ao jornal pelo *Facebook*. Na contagem, porém, foram desconsiderados os posts em que o veículo foi apenas marcado na página do autor da postagem – o que não exige que o leitor vá até a página do jornal e publique nela. Embora a leitora acima tenha recebido retorno positivo, há casos diferentes. No dia 21 de fevereiro, uma leitora escreveu ao jornal que gostou muito de uma matéria veiculada na edição impressa e questionou se poderiam publicá-la na internet, uma vez que gostaria de compartilhá-la. Ficou sem resposta. Dentre as demais publicações também estava a denúncia de um morador que recorreu ao Ministério Público para resolver um problema de esgoto próximo à sua casa – e também não obteve reação por parte do Ibiá, mesmo tendo postado dez fotos nos comentários da própria publicação mostrando o fato.

A participação dos leitores do Correio Vacariense

Na página do *Facebook* do Correio Vacariense, os leitores são pouco ativos, o que se explica pela baixa atualização da rede social e pela circulação apenas semanal do jornal impresso. Até às 17 horas do dia 4 de março de 2015, a página do veículo contabilizava 1.742 curtidas, número muito inferior aos outros dois jornais analisados. Assim como o Ibiá, o Correio Vacariense não publica link de notícias que levam ao *site*,

¹⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/jornalibia/posts/1020667901296310>>. Acesso em: 04 abr. 2015.



restringindo as postagens com fotos, vídeos e notas ou compartilhamento de publicações de outras páginas do *Facebook*, como a da Delegacia de Polícia de Vacaria.

Observamos a página do veículo por um período de quatro meses, de 4 de março de 2015 a 5 de novembro de 2014, tempo que levou para atingir 122 postagens, somando 96 comentários em 39 delas. Em decorrência de os comentários serem esparsos, é difícil estabelecer, nesse caso, uma editoria que seja a mais comentada. A manifestação dos caminhoneiros, que chamou a atenção dos leitores do jornal Ibiá, não teve o mesmo efeito sobre os do veículo vacariense. As notas de polícia, porém, chamavam a atenção em casos específicos. Notícias locais também eram bastante comentadas, uma vez que as de âmbito nacional e internacional também apareciam raramente.

Os comentários de leitores no *Correio Vacariense* também se mostraram impessoais, com nenhuma ocorrência de interação deles com o jornal. Apenas leitores interagiram entre si nos comentários, como no dia 20 de fevereiro de 2015, quando um homem marcou um amigo na publicação da capa da edição impressa do *Correio Vacariense*. O amigo respondeu que a escolha da capa era de bom gosto. Os leitores do jornal também comentam em publicações que o veículo compartilha de outras páginas, como em uma postagem do cozinheiro e apresentador de TV Olivier Anquier, que visitou dois moradores de São José dos Ausentes. Um leitor disse que conhecia o casal e que eram proprietários do melhor local de pesca de trutas do Brasil.

Dois leitores interagiram também em uma nota com foto falando de um incêndio que atingiu um mercado de Vacaria, controlado pela própria equipe do estabelecimento. Já em uma nota de serviço, informando uma mudança no trânsito vacariense, três leitores foram reclamar da alteração.

Em 15 de dezembro de 2014, o jornal publicou quatro fotos com uma nota informando que a prefeitura iniciou a limpeza das bocas de lobo em uma rua que estava entupida com lixo. Quatro leitores foram comentar e todos falaram que era responsabilidade dos cidadãos jogarem-no em seu devido lugar, isentando, explicitamente, as autoridades políticas.

O jornal também publicou um vídeo em 15 de dezembro de 2014, mostrando a região de Vacaria, que gerou dez comentários. Sete deles eram positivos, um era de uma leitora marcando um conhecido, enquanto dois foram da mesma leitora sugerindo que houvesse a construção de metalúrgicas para gerar mais empregos na região, o que impediria que os jovens tivessem de se mudar a Caxias do Sul para buscar trabalho.



Três vezes, em datas diferentes, o jornal utilizou a caixa de comentários para complementar a notícia da publicação, somando quatro comentários. Uma crítica explícita à administração municipal foi postada em 11 de dezembro de 2014, em uma nota com nove fotos de alagamentos em ruas de Vacaria. Um leitor culpou a prefeitura pelo descaso, citando governantes antigos que, segundo ele, faziam melhor. O comentário teve seis curtidas. Também no mesmo dia, a redação publicou duas fotos de alagamentos, sendo que uma havia sido enviada por uma leitora. Nos comentários, um internauta colaborou, passando mais informações: “A rua Borges de Medeiros estava assim também no sentido prefeitura - Casa do Povo às 17h30... E tem uma inclinação não inferior a 15 graus...”.

Há leitores que também confrontam notícias divergentes que receberam por meio da internet. O Correio Vacariense divulgou nota informando que uma empresa de recursos humanos não iria fechar, enquanto um leitor publicou, nos comentários, o link de uma notícia da Rede Sul afirmando que a empresa encerraria as atividades. E questionou: “E agora, fecha ou não fecha?? Eis a questão...”. Quatro internautas curtiram o comentário.

Publicações no mural da página do Correio Vacariense

No mural da página do Correio Vacariense a interação entre leitores e a redação do jornal é bem mais intensa, que veem no veículo também um meio para obter informações diretas. No período analisado, apenas dois leitores se dirigiram diretamente ao jornal publicando na página, mas, nos dois casos, receberam resposta. No dia 7 de dezembro de 2014, uma leitora que se identificou como sendo de São Gabriel, na fronteira-oeste, perguntou quando iniciava a colheita de maçã e o dia das inscrições, pois o marido dela já havia trabalhado em Cambará do Sul. Dois dias depois o jornal a respondeu dizendo que essa informação poderia ser obtida com o Sistema Nacional de Emprego (Sine) de Vacaria, colocando até o telefone da entidade. Em 12 de novembro de 2014, um leitor desejou sucesso ao jornal, e a redação o agradeceu no mesmo dia.

A participação dos leitores do Diário da Manhã

A relação dos internautas do Diário da Manhã, de Passo Fundo, com a redação do jornal é a nitidamente menos estreita entre a amostra selecionada. Conforme



Dornelles (2002), o jornalismo do interior, onde o jornalista participa ativamente das decisões da comunidade, envolvendo-se em reuniões na Câmara de Vereadores, Secretarias Municipais ou em hospitais, igrejas, escolas e cooperativas, por exemplo, é praticado em cidades com até 150 mil habitantes. A partir de um número populacional maior, ele começa a tomar contornos similares ao praticado na Capital, no sentido da diminuição da participação do profissional em decisões político-comunitárias, embora se mantenha a publicação de notícias do município e da região (DORNELLES, 2002, p. 132). Isso explica o distanciamento dos leitores passo-fundenses em relação ao jornal – embora se mantenha o foco na cobertura local e regional.

Até às 17 horas do dia 4 de março de 2015, a página do *Facebook* do Diário da Manhã contabilizava 39.742 curtidas. Os leitores do veículo publicaram 101 comentários em 27 postagens de um total de 150 durante o período de 4 de março de 2015 a 26 de fevereiro de 2015. Nem todas as postagens do jornal tinham um link que direcionava ao *site* – muitas eram fotos, vídeos ou notas fazendo cobertura em tempo real da paralisação dos caminhoneiros e do Carnaval na cidade. O protesto dos motoristas foi, como no jornal Ibiá, o assunto que mais chamou a atenção dos internautas. Desses 101 comentários, 85 foram em notas, links, vídeos ou fotos relacionadas à manifestação. A cobertura do Carnaval na cidade veio logo em seguida, com sete comentários em quatro publicações sobre o tema.

No período observado, o *post* que mais obteve interação e gerou polêmica foi de 27 de fevereiro de 2015, em quatro fotos com uma nota informando a chegada de militares da Força Nacional para ajudar a conter os protestos de caminhoneiros em Passo Fundo. A publicação não tinha links que direcionavam ao *site*, pois eram apenas quatro fotos com uma nota informando o ocorrido. Ao todo foram 42 comentários, todos criticando a atitude do governo – e direcionados a nível nacional, sem nenhuma menção à atuação da prefeitura passo-fundense.

Apenas dois comentários, do total analisado durante a referida semana, foram críticas ou sugestões ao jornal. Em uma foto publicada em 28 de fevereiro de 2015, falando do início do Carnaval de Passo Fundo, um leitor afirmou que não tinha nada contra a festa, mas gostaria de saber até quando os carros alegóricos ficariam abandonados nos arredores de um parque da cidade. Não obteve nenhuma reação. Em 26 de fevereiro de 2015, a redação publicou uma nota, com foto e nenhum link, informando que as rodovias estavam liberadas em Passo Fundo, porém os caminhoneiros continuavam com manifestações às margens da BR-285 e da ERS-153



com o apoio dos agricultores. Um leitor acrescentou que as rodovias estavam livres para automóveis, ônibus e “utilitários”, mas que todos os caminhoneiros eram convidados a se juntarem à manifestação. Finalizou pontuando que a notícia deveria ser mais clara.

Os demais comentários eram bem genéricos, não fazendo menção a nenhum problema específico em Passo Fundo, com a administração municipal ou mesmo reclamações quanto a dificuldades em algum bairro.

Publicações no mural da página do Diário da Manhã

Se nos comentários em notas, links, fotos e vídeos postados pelo jornal a interação de leitores diretamente com o veículo é reduzida, a participação no mural da página do *Facebook* do Diário da Manhã é um pouco maior. Na semana analisada, foram encontradas quatro publicações. Duas foram da mesma leitora, que compartilhou propaganda de produtos de beleza que ela revendia. Outro foi de uma leitora que compartilhou o link de uma notícia do jornal A Fonte, que falava que um caminhoneiro havia sido morto durante as manifestações.

O que mais se aproximou de um contato similar ao encontrado nos outros jornais da amostra foi a de um leitor que publicou uma foto mostrando lixo acumulado em uma rua de Passo Fundo. O internauta questiona o veículo a quem se poderia recorrer para solucionar o problema, mas não obteve resposta.

Considerações

Mediante a observação das páginas do *Facebook*, da amostra selecionada e da análise de conteúdo dos comentários e publicações dos leitores, conclui-se que a participação de internautas pelo *Facebook* de jornais do interior do Rio Grande do Sul é mais intensa em cidades menores e onde o jornal circula diariamente, como o Ibiá, de Montenegro. Embora Vacaria tenha praticamente a mesma população da cidade do Vale do Caí, o fato de o impresso do Correio Vacariense só circular aos sábados prejudica a atualização da rede social do veículo, o que implica em menos curtidas na página e na participação reduzida dos leitores. Além disso, embora o Diário da Manhã, de Passo Fundo, some quase o triplo de curtidas do Ibiá, ele não consegue angariar a mesma interação do veículo montenegrino, pelo fato de ser uma cidade maior e atrair comentários genéricos e impessoais. É visível o fato de os leitores não se sentirem tão à



vontade com o veículo passo-fundense, pois as reclamações e sugestões eram muito raras na página.

Dos três jornais analisados, apenas o Ibiá incitava a participação dos internautas com perguntas e sondagens de opiniões. Os demais se limitavam a propagar notícias por meio de notas, vídeos e fotos ou, no caso do Diário da Manhã, do compartilhamento de links que direcionavam ao *site* do veículo. Conforme Moraes e Sousa (2012), a maioria dos jornais ainda está em fase de exploração do potencial das redes sociais pela internet, buscando encontrar caminhos que ultrapassem apenas a divulgação de informações e encorajem a participação do leitor de outros modos. Entretanto, os autores enfatizam que o potencial da internet é subaproveitado pelos jornais - como foi possível notar por meio desta observação, pois apenas o Ibiá e o Correio Vacariense respondiam os leitores, enquanto o Diário da Manhã não buscava se aproximar do público por meio de contato direto ou respondendo a denúncia que havia sido publicada no mural da página.

Conforme foi constatado em pesquisa (DORNELLES, 2002), é importante o jornalista do interior aceitar e responder às críticas que o veículo recebe.

Todas as reclamações, sugestões, queixas e conselhos precisam ser humildemente aceitos pelos profissionais da imprensa interiorana, que devem, obrigatoriamente, sob pena de sofrerem retaliações, responder a todas elas com a busca de uma solução e jamais demonstrarem descaso diante do pedido do leitor. O jornalista precisa se engajar na luta de cada cidadão, desde que seja em defesa de quaisquer direitos individuais ou coletivos (DORNELLES, 2002, p. 133).

As redes sociais para a internet viabilizam a conexão de redes heterogêneas, como define Recuero (2012). Assim, elas são constituídas de pessoas totalmente diferentes e proporcionam a troca de ideias, pontos de vista e opiniões (RECUERO, 2012). Na presente pesquisa, notou-se a possibilidade de o cidadão de uma cidade do interior possuir voz para reclamar da administração municipal e da cobertura do veículo de comunicação sem sair de casa, gerando reações – no caso do *Facebook*, em forma de curtidas e respostas – de outros internautas e alertando o veículo sobre as notícias que gostariam de ver publicadas.

Como foi observado, o cidadão, sobretudo de cidades menores, cada vez mais reclama ao jornal, corrige informações equivocadas e confronta notícias divergentes, mostrando estar atento ao que se passa em outros veículos de comunicação também. Para Melo (2007), no interior o jornal não é a única fonte de informação dos cidadãos, uma vez que eles formam redes transversais de comunicação interpessoal que oferecem



outras versões não restritas à mídia. “Por isso, tornam-se mais críticos, participativos e exigentes quanto à representação de mundo dada pelo jornal, já que possuem outras referências de confirmação dos textos” (MELO, 2007).

Gillmor (2005) resume que a emergência de uma espécie de cidadão-jornalista vai ajudar os profissionais de Jornalismo a prestarem mais atenção a eles, pois a possibilidade de qualquer um produzir informação – e, no referido caso, corrigi-las e confrontá-las – dará voz a pessoas que não a têm tido. Os internautas mostram às redações, portanto, que há novas formas de comunicar e aprender. Nesse contexto, os jornais do interior possuem potencial de utilizar as redes sociais pela internet para fidelizar ainda mais os leitores e fazê-los interagir com a redação, embora nem sempre aproveitem essa oportunidade.



Referências

AMARAL, Henrique Gonçalves. **A formação de capital social através de redes sociais na internet**. 2012, 96 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia, PUCRS, Porto Alegre, 2012.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo “comunitário” em cidades do interior**. 1ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2004. 168 p.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. 1ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2005. 272 p.

LONGHI, Raquel; SOUSA, Máira de Cássia de. **A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede**. Contemporânea, Salvador, v. 10, n. 3, p. 511-529, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewArticle/6343>>. Acesso em: 07 abr. 2015.

MELO, Isabelle Anchieta de. **Um jornalismo de proximidade**. Observatório da Imprensa, São Paulo, 03 abr. 2007. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um_jornalismo_de_proximidade/>. Acesso em: 18 abr. 2015.

MORAIS, Ricardo; SOUSA, João. **Jornalismo regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa?** Cuadernos de Información, Santiago (Chile), n.30, p. 21-30, jan./jul. 2012. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/201209041015-425_849_1_sm.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2015.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard**. Intexto, Porto Alegre, v. 02, n. 25, p. 130-146, dez. 2011. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/AlexPrimo/transformaes-no-jornalismo-em-rede-sobre-pessoas-comuns-jornalistas-e-organizaes-blogs-twitter-facebook-e-flipboard>>. Acesso em: 07 abr. 2015.

RECUERO, Raquel da Cunha. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012. 238 p.

_____. **Redes sociais na Internet**. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191 p.