



Os jornalistas brasileiros e as redes sociais

Uma pesquisa da PR Newswire

79.7% dos jornalistas recorrem às redes sociais para entrar em contato com fontes

73.4% elegeram o twitter como a rede social que mais pode auxiliar os jornalistas

83.3% admitiram usar temas nascidos em redes sociais para pautarem seus veículos

Cenário

No ano passado, de acordo com um levantamento realizado pela 1comScore, a população ativa na Internet na América Latina cresceu 15%. Os brasileiros lideram na região como os usuários mais engajados: gastam uma média de 25,8 horas online por mês, visitando 2.077 páginas e acessando a rede em torno de 55,5 vezes/mês.

As redes sociais são as grandes responsáveis pela atração de usuários à Internet e seu boom tem influenciado o cotidiano das pessoas ao redor do mundo. Orkut, Facebook, Twitter – só para citar alguns exemplos – recebem milhões de acessos diariamente e movimentam um enorme fluxo de informações. Como não podia deixar de ser, a imprensa, por sua vez, tem sido diretamente impactada pelo surgimento destas novas mídias.

A Pesquisa

A PR Newswire – uma empresa líder em distribuição de conteúdo, especialmente releases corporativos – interessou-se em saber de que forma os jornalistas brasileiros estão incorporando esses novos canais em sua rotina profissional. Para isso, a empresa realizou, entre os dias 20 de março e 1º de abril, uma pesquisa online entre jornalistas, buscando entender de que maneira as redes sociais estão influenciando o trabalho deles.

A pesquisa contava com sete perguntas de múltipla escolha, com questões relativas ao uso e preferência por redes sociais. A divulgação aconteceu via e-mail e pelo Twitter da área de relacionamento com a mídia da PR Newswire. Ao todo, 305 jornalistas de diferentes tipos de mídia (rádio, TV, jornal, revista e internet) e de várias partes do país responderam ao questionário.

Esta foi a primeira pesquisa que a PR Newswire aplicou no país. A idéia é repetir esta prática continuamente, levantando questões pertinentes ao cenário midiático brasileiro e ajudando o setor a entender melhor as transformações e impactos que vem ocorrendo.

1- comScore, "Latin America's Internet Population Grows 15 Percent in Past Year to 112 Million People" – Press Release – 18 de março de 2011



Os jornalistas brasileiros e as redes sociais

Um é pouco, dois é bom, três é ótimo

Quando o assunto é a participação em redes sociais, os jornalistas preferem variedade. A pesquisa da PR Newswire descobriu que a maioria deles – 31,8% - participa de 3 redes sociais distintas. Este resultado é seguido de perto por 30,5% dos respondentes, que apontaram que interagem em mais do que 3 redes sociais diferentes. Apenas 3,6% disseram não participar de nenhuma rede social.

Onde encontro minhas fontes

As redes sociais, baseadas no relacionamento e troca de informações, tornaram-se um canal para jornalistas encontrarem suas fontes. Quando questionados se utilizavam as redes sociais para entrar em contato com elas, 79,7% disseram que sim, contra 20,3% que não são adeptos da prática.

Além de um apoio na hora de produzir suas matérias, as redes sociais também são fonte de informações para os jornalistas. 83,3% dos participantes da pesquisa admitiram ter usado informações nascidas em redes sociais (como um trending topic, do Twitter) para criar uma pauta. E a prática parece ter se tornado comum: 40,3% já usou um dado nascido em rede social de 2 a 5 vezes.



Twitter, o queridinho dos jornalistas

A pesquisa da PR Newswire identificou também que o Twitter é a rede social preferida dos jornalistas. Quando indagados sobre qual rede social mais poderia ajudar o trabalho do jornalista, o microblog liderou a votação, com 73,4% dos votos. O Facebook veio na sequência, com 18,7% e o Orkut ficou com tímidos 2,3% da preferência.

6. Das maiores redes sociais atuais, qual é, na sua opinião, aquela que mais pode ajudar do jornalista.

	Response Percent
Nenhuma	1.6%
Twitter	73.4%
Facebook	18.7%
Orkut	2.3%
Outras	3.9%





Os jornalistas brasileiros e as redes sociais

Obrigada por dividir

Os jornalistas que responderam à pesquisa da PR Newswire mostraram que, além de obter informações nas redes sociais, também gostam de dividi-las usando estes canais. Dos participantes, 33,8% disseram sempre replicar as matérias que escrevem em sites de relacionamento e 22% garantiram compartilhá-las ocasionalmente.

Considerações

Em 2008, o Orkut reinava absoluto no universo das redes sociais no Brasil. Entre 2009 e 2010 a popularização do Twitter e do Facebook chegou com força e abocanhou faixas de preferência. Usuários de redes sociais migraram de sites e com os jornalistas não foi diferente. Se há dois anos, o Orkut e suas comunidades eram recursos usados pela mídia para encontrar personagens, hoje é possível notar claramente a vantagem do Twitter neste cenário.

Outro fator importante é a crescente influência dos assuntos surgidos em redes sociais na pauta da mídia tradicional. Isto se deve não somente à presença dos jornalistas nestes canais, mas ao fato de que em países com restrição à imprensa, as redes sociais têm se tornado, por vezes, o principal meio de comunicação entre a sociedade e o restante do mundo (como no caso do Egito, em 2010). A rapidez do fluxo de informação nestas ferramentas também impulsiona e pode auxiliar o trabalho da mídia, vide o episódio ocorrido durante a ocupação do Bope no complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, também em 2010, quando um jovem enviava informações em tempo real sobre a situação no local via um perfil do Twitter.

Contatos:

Diretora de Relações com a Mídia:
Janaína Weigel: jana.weigel@prnewswire.com
Coordenadora de Relações com a Mídia:
Camila Conte - camila.conte@prnewswire.com
Twitter: www.twitter.com/prnewswirebr
Blog: www.blogprnewswire.com
Slideshare: www.slideshare.net/prnewswirebr
Flickr: www.flickr.com/prnewswirebr



PR Newswire
United Business Media