

Las cámaras municipales de Gran Oporto como fuentes de información para la prensa local

*The municipal cameras of Grand Porto as sources of information
for the local press*

*As câmaras municipais do Grande Porto como fontes de informação
para a imprensa local na web*

—

Beatriz CATALINA-GARCÍA

Universidad Rey Juan Carlos, España / beatriz.catalina@urjc.es

Jorge Pedro SOUSA

Universidade Fernando Pessoa, Portugal / jpsousa@ufp.edu.pt

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 136, diciembre 2017-marzo 2018 (Sección Informe, pp. 337-355)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 13-01-2017 / Aprobado: 22-11-2017

Resumen

Los cambios en las rutinas periodísticas derivados de la aplicación de las nuevas tecnologías tienen especial importancia en la prensa local. El periodismo de calle está siendo complementado, y a veces sustituido, por fuentes más accesibles aportadas desde Internet, incluidas las procedentes de las administraciones públicas. Partiendo de un análisis de contenido de las noticias publicadas en medios con cobertura en algunos municipios de Gran Porto, este estudio examina si sus contenidos se corresponden con las informaciones que se aportan en las páginas web oficiales de sus respectivas cámaras municipales, además de su temática y autoría. Entre las conclusiones, se observa un desapego de los periódicos hacia las noticias de las administraciones locales, independientemente del ámbito y de su autor.

Palabras clave: Portugal; municipios; rutinas productivas; análisis de contenido.

Abstract

The changes in the journalistic routines derived from the application of the new technologies have special importance in the local press. The reporter journalism is being complemented, and sometimes replaced, by more accessible sources from Internet including the public administrations. Through a content analysis of news published in media with coverage in some municipalities of Great Porto, this study examines whether these contents are connected to the information presented in official websites of city councils, in addition to subject and authorship. One of the key conclusions is the disinterest of newspapers towards the news from local administrations regardless of topic or authorship.

Keywords: Portugal; municipalities; productive routines; content analysis.

Resumo

As mudanças nas rotinas jornalísticas derivadas da aplicação das novas tecnologias têm especial importância na imprensa local. O jornalismo de rua está sendo complementado e, às vezes, substituído, por fontes mais acessíveis, acedidas na Internet, incluídas as fontes procedentes da Administração Pública. Partindo de uma análise de conteúdo das notícias publicadas em meios que alcançam vários municípios do Grande Porto, este estudo examina se os seus conteúdos correspondem às informações disponibilizadas nos sítios web oficiais das respectivas câmaras municipais, além do tema e autoria destas notícias. Entre as conclusões, pode observar-se um desapego dos periódicos face às notícias das entidades municipais, independentemente dos âmbitos e do autor destas informações.

Palavras-chave: Portugal; municípios; rotinas produtivas; análise de conteúdo.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías, y en particular Internet, han modificado las relaciones entre la comunicación corporativa y el periodismo ejercido en medios. Los gabinetes de prensa institucionales han ido aplicando nuevas vías de transmisión que han traído consigo múltiples ventajas, como la rapidez y la eliminación de barreras espaciales, que ya empezó con el fax y continuó con el uso del correo electrónico.

Desde el punto de vista de la comunicación institucional, Internet conlleva además que las administraciones públicas hayan generado sus propias páginas oficiales y potenciado el uso de redes sociales. La pretensión de este empleo es el logro de tres objetivos claves, ya detallados en diversos estudios (Vercelli, 2014; Villoria, 2012; Ramírez Alujas, 2010): por un lado, un incremento en la transparencia de la gestión; por otro, el intento de incentivar una mayor participación política de los ciudadanos; y, en tercer término, el aumento de una colaboración más estrecha entre gobiernos, ciudadanos y todo tipo de instituciones y organizaciones. En este contexto, las administraciones locales se han adecuado a las nuevas herramientas que proporciona Internet.

La creación de sitios web por parte de las cámaras municipales portuguesas, junto a la inclusión de su perfil en las redes sociales, se ha unido a otras vías ya consolidadas para generar un mayor contacto con la ciudadanía, pero también como una nueva fuente de información para los medios de comunicación, en especial para la prensa local cuyos recursos económicos, humanos y técnicos, modestos ya desde sus inicios, se han visto mermados, más todavía, en los últimos años.

Son muchos los interrogantes teóricos y prácticos que se deben despejar acerca de las posibles soluciones para la revitalización de la prensa regional; entre ellos, conocer si las nuevas vías de comunicación aportadas por las cámaras municipales son realmente efectivas como fuente de información para la elaboración de noticias periodísticas.

En este estudio, de carácter exploratorio, se analizará el contenido de algunos medios de ámbito local para comprobar, por una parte, si las noticias publicadas coinciden –o no– con las difundidas por los gabinetes de comunicación en sus páginas oficiales; por otra, la temática más frecuentemente abordada por los distintos medios; y, en último término, la autoría de cada una de las informaciones.

2. Estado de la cuestión

2.1. Situación y debilidades de la prensa regional portuguesa

Una primera visión que se puede aportar está relacionada con los niveles cuantitativos de la prensa regional portuguesa, argumentados en gran parte de la

literatura científica relacionada con esta cuestión; Faustino (2004, p.16) aseguraba entonces que Portugal es uno de los países de Europa con más títulos periodísticos, locales y regionales, en proporción al número de habitantes. Aunque ha disminuido notablemente la cantidad de medios dedicados a esta cobertura geográfica, la cuantía sigue siendo significativa: en cifras concretas, de los 900 contabilizados por Ferreira en el 2005, el índice total ha descendido hasta los 728 que registró años después, en el 2010, la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

A partir de ese momento su número ha seguido bajando debido a la crisis económica padecida por las empresas de comunicación pero que, en parte, se ha compensado con la creciente incorporación a las nuevas tecnologías para la difusión de versiones *online*, fenómeno que se ha traducido en lo que autores como Canavilhas (2001) denominan Webjornalismo.

A pesar de esta ingente cuantificación, la calidad de los medios de comunicación regional adolece de múltiples defectos que Ferreira (2005) engloba en un endémico mal de letargo y que Guimarães (1997) ya lo centralizaba en tres tipos de debilidades: la relacionada con los medios técnicos, escasez de capital humano y falta de recursos financieros. En la misma línea, Faustino (2004) observa profundos problemas sectoriales que derivan en una fragilidad en la formación del periodista y en un inestable desarrollo empresarial. En este contexto, Jerónimo (2015, p.226) tiene una visión pesimista sobre la estructura de trabajo de los medios regionales *online* ya que, durante sus dos décadas de recorrido, mantiene una línea de copia-pegar procedente de los contenidos tradicionales.

Todo ello se traduce, según Santos (2007, p.129), en ciertos defectos detectados en el contenido de la prensa regional que, en algunos casos, no muestran la objetividad deseada, existe poca diversidad de materias y se produce un desequilibrio en la cobertura de los acontecimientos, con un predominio de la vulgarización y el entretenimiento, relegando a un segundo plano la crítica y la opinión. Al respecto, Sousa (2002) considera que la comunicación social local y regional debe plantearse fundamentalmente como vehículo de información que contribuya a una permanente reintegración e identificación entre los miembros de una comunidad.

Desde un enfoque particular, Pereira da Costa (2005) observa cierta pasividad entre los periodistas dedicados al ámbito geográfico de Braga; una actitud evidenciada en el reconocimiento de la mayoría de los profesionales que, solo a veces, contrastan las informaciones que les llega; aunque sí aseguran que intentan complementar con nuevos datos las noticias procedentes de las instituciones municipales. Jerónimo (2015, p.476), en su estudio de la prensa *online* regional portuguesa, concluye que los periodistas sitúan sus rutinas de trabajo frente al ordenador, pendientes de Internet, y utilizan el correo electrónico y las redes sociales como instrumento para la captación de contenidos noticiables. En la misma línea, Ribeiro (2007) ya observaba que los profesionales de la infor-

mación local no se plantean la realización del periodismo de investigación, se dedican a un trabajo basado en el día a día.

Sin embargo, no hay unanimidad en el discurso académico sobre la responsabilidad de los periodistas en esta visión negativa. Ferreira (2005) avala su profesionalidad, demostrada por una positiva percepción de la ciudadanía hacia la información de proximidad, y Campóñez (2002, p.273) considera a los periodistas y a los medios regionales como creadores de un espacio comprometido con su zona y con sus gentes.

Uno de los problemas a los que se enfrenta la prensa regional para subsistir es la falta de publicidad que posibilite su autofinanciación. El estudio de la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2010) concluye que la marca publicitaria institucional no tiene repercusión en este tipo de medios de comunicación. Como ejemplo, la misma investigación expone el caso relatado por el director de un periódico de Porto que lamenta su absoluta carencia de campañas institucionales, en contraste con el diario oficial de la cámara municipal. Incluso las agencias de publicidad infravaloran a la prensa de proximidad para desarrollar las campañas de sus productos.

Esta insuficiencia de recursos publicitarios es apuntada también por Santos (2007), aunque para Araújo (2005) la publicidad en la prensa regional puede constituir un arma de doble filo: si bien ayuda al sustento de la prensa, también desempeña un papel controlador beneficiando solo a aquellos medios que se identifican con su línea. La participación financiera pública se instituye para Amaral (2005) como una clara plataforma para el desarrollo cualitativo de la prensa local, pero no la única; aboga además por un auto-esfuerzo de los medios para que salga fortalecida la marca identificativa del ámbito que cubren y que, a su vez, sirva de promoción de la zona tanto en el plano social como cultural; en definitiva, como argumenta Correia (2012), la creación de un espacio de proximidad y una apuesta común por las costumbres, condiciones de vida y contenido simbólico de cada zona.

2.2. Los medios en las redes

Las redes sociales suponen una plataforma para nuevas formas de hacer periodismo, ya no solo por los profesionales. El llamado Periodismo Ciudadano está conociendo en los últimos tiempos un exponencial crecimiento derivado, precisamente, de su difusión en blogs y redes sociales, y que, según Anderson (2013) se han implicado en los profundos y numerosos cambios a los que se enfrenta el periodismo. En una línea particular, Brown Hendrickson & Littau (2014) concluyen, en su estudio sobre minorías estadounidenses, que las redes sociales no solo sirven para el entretenimiento y la conexión entre individuos, constituyen también un relevante espacio que hasta entonces no tenían, para difundir y actualizar noticias sobre cuestiones nacionales y locales. Sin embargo, esta forma de hacer periodismo no está exenta de discusión: mientras que Meso (2005) lo caracteriza como impulsor de la participación y generador de opinión pública y

deliberante, Real *et al.* (2007) aseguran que el público es el que aporta sentido al trabajo periodístico, pero el profesional titulado es el único que puede satisfacer las exigencias de la audiencia.

El informe de Eurostat (2014) registra que Internet es utilizado principalmente por un 76% de los ciudadanos de la Unión Europea para el envío y recepción de mensajes por correo electrónico, y en segundo lugar se sitúa el uso de las redes sociales para la transmisión-publicación de contenidos. El estudio de Pew Research Center (2013) destaca el incremento de usuarios que se informan a través de las redes sociales. Esta práctica no ha sido obviada por la prensa; según Castañeda (2003), las aplicaciones digitales y las salas de redacción multimedia están transformando la formación sobre periodismo. En este contexto, en el municipio español de Fuenlabrada (195.000 habitantes, según el INE 2015), Catalina-García (2015) concluye que todos los medios que trabajan en esta localidad, utilizan redes sociales y, en general, Internet, para publicar sus informaciones, independientemente de que algunos dispongan también de versiones *offline*.

No obstante, Burns (2010) se pregunta en qué grado y ámbitos concretos se puede hablar de un nuevo periodismo surgido del incesante uso de las redes y de las plataformas digitales. Como respuesta a ello, Meraz (2011) observa cómo el poder de influencia social que está acumulando la comunicación *online* crece exponencialmente en aras del debilitamiento de los medios tradicionales; en particular, la autora plantea que las redes sociales conforman un singular poder en la interpretación del entorno político. Efectivamente, las redes sociales ofrecen una nueva oportunidad para hacer periodismo, pero también supone un desafío para sus profesionales, los cuales se deben enfrentar a un número mayor de fuentes y, en consecuencia, a la dificultad de confirmar su veracidad (Morais & Sousa, 2012).

En el punto actual de generalización de Internet y de las redes sociales se produce una transformación de la agenda mediática que afecta al tradicional dominio sobre la selección de temas, por parte de políticos y periodistas, para influir en las inquietudes ciudadanas (Casero-Ripollés *et al.*, 2014). Una situación que aún no está definida claramente y que los mismos autores describen como una “caótica transición” motivada, entre otras cuestiones, por el protagonismo participativo de la opinión pública en el entorno digital. Al respecto, los resultados alcanzados en la literatura académica revelan la imposibilidad de normalizar aún la agenda porque, si bien Candón y Márquez (2014) observan un distanciamiento entre los temas abordados por los políticos y los medios y las preocupaciones de los ciudadanos, Bruheim y Mourao (2012) concluyen que los tres principales problemas que se reflejan en la prensa portuguesa coinciden con las preocupaciones ciudadanas (financiación, acceso a servicios y recursos humanos).

Jerónimo (2015, p.479) plantea la interactividad como una de las aportaciones más importantes que proporcionan las redes sociales; sin embargo, el autor

lamenta la escasa funcionalidad que se da a este atributo en la prensa regional que, a pesar de la falta de tiempo que afecta a los periodistas de este ámbito, nunca deben ignorarlas. No obstante, los periodistas han tenido que cambiar sus rutinas, tanto en la agenda como en los recursos, pero también en su relación con el público (Aroso, 2013), ya que la publicación de noticias en un perfil de la marca incluido en la red social implica una relación que pasa de ser unidireccional a multidireccional y que precisa, primero, de una nueva alfabetización para superar la brecha digital (Faustino, 2013) y segundo, de la creación de códigos de conducta que otorguen credibilidad a la red social (Rodrigues citado por Morais & Sousa, 2012).

En el informe de la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2010) se observa una decidida apuesta de la prensa regional por la publicación *online*. La ya aludida falta de financiación que sufre este tipo de periodismo agudiza la supervivencia y se utilizan las redes sociales que, entre otras ventajas, aparte de la económica, Costa (2005) destaca la ausencia de limitaciones en la cantidad de los contenidos; sin embargo, Jerónimo (2011) observa que la prensa regional portuguesa aprovecha muy escasamente el potencial que ofrece Internet.

El actual funcionamiento de las cámaras municipales de Portugal se gesta en las primeras elecciones municipales de 1976 cuando las administraciones locales se descentralizan económica y políticamente, superando así el papel secundario mantenido durante toda la dictadura salazarista del *Estado Novo* (Cardoso de Miranda & Muñoz-Cañavate, 2015). En este contexto, las cámaras lusas se están adaptando paulatinamente a las nuevas herramientas *online*, fenómeno que conlleva la ampliación de facetas de los profesionales que trabajan en sus gabinetes de comunicación, para sumar a su tarea periodística la labor como relaciones públicas de la institución (Pereira da Costa, 2005).

Esta nueva forma de contacto entre periodistas locales y los gabinetes de comunicación de las cámaras, intensifica el protagonismo de los representantes institucionales como protagonistas de las noticias (Correia, 2012). En lo que respecta a la transparencia en la comunicación digital de las cámaras, Martínez Rolán *et al.* (2016) observan una notable disposición de las administraciones locales del Norte de Portugal a publicar noticias con regularidad en sus páginas web.

3. Hipótesis y objetivos

El objetivo general es conocer la procedencia, ámbito y autoría de las informaciones recogidas en medios de comunicación local online. A partir de esta estructura se contemplan los siguientes objetivos particulares:

1. Analizar si las noticias publicadas en los periódicos coinciden en su contenido con las procedentes de los gabinetes de comunicación de las cámaras

municipales.

2. Examinar los ámbitos más frecuentes tratados en estas publicaciones y comparar, en función de cada una de las temáticas, la recurrencia a las informaciones derivadas de la administración local.
3. Averiguar si la autoría de las noticias publicadas en los periódicos seleccionados depende en gran medida de que sus contenidos sean coincidentes con las informaciones difundidas por las cámaras municipales.

Para la consecución de estos objetivos se parte de las siguientes hipótesis:

1. Las informaciones difundidas por las cámaras municipales se convierten en fuente principal para los medios de comunicación locales.
2. Todos los periódicos analizados seleccionan las noticias en función de determinadas temáticas comunes y coinciden a este respecto con las extraídas de las páginas web oficiales del municipio.
3. Tanto las noticias con firma de periodista como las suscritas por la redacción o anónimas recurren, de forma indistinta, a las informaciones difundidas por la cámara municipal.

4. Metodología

Este estudio, de carácter exploratorio, plantea dos ejes de referencia: por una parte, se desarrolla una comparativa entre las noticias publicadas por los periódicos seleccionados y los contenidos informativos difundidos por las cámaras municipales en sus páginas web; y por otra, se examina si existe una correspondencia entre la temática y autoría de las noticias emitidas por la prensa digital local con la información *online* distribuida por las respectivas administraciones públicas municipales.

Se han seleccionado 8 publicaciones, repartidas de dos en dos por los 4 municipios pertenecientes al Gran Oporto y que rodean la capital:

Municipio	Población (INE, 2011)
Gondomar	168.027
Maia	135.306
Matosinhos	175.478
Vila Nova de Gaia	302.295
TOTAL	781.106

En función de estos municipios, la selección de publicaciones a estudiar es la siguiente:

- Gondomar:
 - o *Nós Aquí*
 - o *Vivacidade*
- Maia:
 - o *Correio da Maia*
 - o *Maia Hoje*
- Matosinhos:
 - o *Noticias Matosinhos*
 - o *O Matosinhense*
- Vila Nova de Gaia:
 - o *Gaia Semanario*
 - o *O Gaiense*

Todos los ejemplares son analizados en sus versiones *online*, recogidos o bien de sus propias páginas oficiales o bien de la plataforma digital ISSUU, que permite la visualización gratuita de una extensa tipología de documentos digitalizados, entre los que se encuentran diferentes medios de comunicación englobados en la prensa escrita.

En cuanto a la definición cronológica para el estudio, se opta por los números de estas publicaciones cuyos contenidos coinciden temporalmente con los acontecidos durante septiembre del 2015. En total se analizan 591 piezas informativas. Se expone a continuación las fechas y números de publicación analizados:

Nombre	Periodicidad	Nºs. Estudiados	Total informaciones
Nós Aquí	Mensual	19 y 20. En Issuu. http://bit.ly/2pcemmR	30
Vivacidade	Mensual	110 y 111. En Issuu. http://bit.ly/2BRqxZ5	95
Correio da Maia	Quincenal	11, 12 y 13. En Issuu. http://bit.ly/2CYPtNB	43
Maia Hoje	Quincenal	377, 378 y 379. http://www.maiahoje.pt/	43
Noticias Matosinhos	Mensual	73 y 74. En Issuu. http://bit.ly/2COlUgA	69
O Matosinhense	Quincenal	6 y 7*. En Issuu. http://bit.ly/2CZ9YJW	41
Gaia Semanario	Semanal	Noticias publicadas sin regularidad definida en su sitio web. http://bit.ly/2CYSr4F	27
O Gaiense	Semanal	De 696 a 700. Página web. http://www.ogaiense.pt/	243

* Número 8 de *Noticias Matosinhos*, correspondiente al 8 de octubre, no se considera en el análisis al no publicarse en versión *online*.

Para el primer eje de investigación descrito, se observa la recepción en las ocho publicaciones de las noticias difundidas por los sitios web de las cámaras municipales, con el fin de comprobar si dichas administraciones constituyen la fuente principal de la prensa local. Al respecto, se realiza una cuantificación de las informaciones publicadas en los periódicos analizados cuyo contenido coincide –o no– con las noticias difundidas por las cámaras. Igualmente se analizará, por cada uno de los municipios, cuáles son los periódicos que mantienen una mayor dependencia mediática de las noticias ofrecidas por los organismos públicos locales y cuya cuantía se distribuye así:

Cámara municipal	Enlace web	Nº informaciones en septiembre 2015
Gondomar	http://www.cm-gondomar.pt/	17
Maia	www.cm-maia.pt/	11
Matosinhos	http://www.cm-matosinhos.pt/	50
Vilanova de Gaia	http://www.cm-gaia.pt/portais/_cmg/Default.aspx	13

Para el segundo eje de estudio, se realiza un desglose sobre la temática y autoría de las informaciones emitidas en los diferentes periódicos locales. En consecuencia, se plantea una comparativa de los periódicos estudiados, en función de las temáticas predominantes en cada uno de ellos, cuya clasificación se ha establecido atendiendo a las secciones en las que tradicionalmente se ha dividido la actualidad informativa en los medios de comunicación:

- *Asuntos Sociales*. Informaciones sobre solidaridad, cooperación y ayudas a los sectores poblacionales más desfavorecidos.
- *Cultura*. Fiestas, exposiciones, actividades escénicas, cinematográficas, literarias, etc.
- *Deportes*. Cualquier actividad o especialidad deportiva, ya sea en la categoría profesional o de base.
- *Educación*. Referido a todos los niveles educativos: primario, secundario, universitario o superior, y otras integradas en la enseñanza no reglada.
- *Empleo y Economía*. Relacionado con la actividad productiva de todos los sectores: primario, empresarial, industrial o de servicios. También se incluyen las informaciones sobre el paro y la población activa, además de medidas encaminadas a reactivar el empleo.
- *Medio Ambiente*. Sobre el entorno ecológico y líneas de actuación relacionadas con el mantenimiento de la sostenibilidad ambiental.
- *Política*. Derivadas directamente de las tareas desarrolladas en el órgano político de la administración local (cámara municipal) y del protagonismo mediático de representantes políticos. Se integran también las informaciones relacionadas con la precampaña y campaña para las elecciones legislativas del 4 de octubre del 2015.

- *Salud*. Iniciativas sobre sanidad pública y privada. Campañas de prevención o actuación en torno a la salud.
- *Sucesos*. Hechos delictivos, accidentes desgraciados y luctuosos.
- *Urbanismo*. Desarrollo y planificación en los municipios; obras en edificios, vías públicas y en el entorno; reformas y mantenimiento de los elementos urbanos.
- *Otros*. Cuya naturaleza no está determinada y no se engloban en las divisiones anteriores.

Para probar la clasificación y claridad de estas descripciones, los investigadores que codificaron los contenidos de los periódicos probaron el esquema. En esta fase se identificaron las áreas de confusión y se aclararon las dudas surgidas, fijando el marco de la codificación final.

También para esta segunda parte del trabajo, se extraen los datos sobre la autoría de las piezas analizadas y se dividen en función, por un lado, de si han sido firmadas por un periodista y/o redactor en particular; o, por otro, si no reflejan ningún autor o se rubrican con el término de “Redacción” o similar. Ambas variables se describen respectivamente con los términos “Periodista” y “Redacción”.

Los datos resultantes son registrados manualmente en una base de datos con la aplicación del programa estadístico SPSS en su versión 18.0.0.

5. Resultados

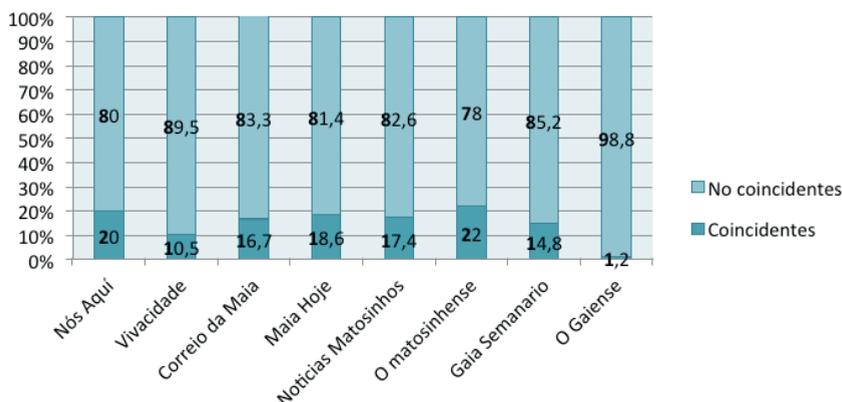
5.1. Influencia de la cámara municipal como fuente para las informaciones publicadas

Se observa en el Gráfico 1 una escasa relevancia de las cámaras municipales como fuente de noticias en los periódicos analizados. A excepción de *O Gaiense*, cuya influencia institucional es muy escasa, los porcentajes de noticias coincidentes con las procedentes de los gabinetes de prensa institucionales son muy similares en el resto de las publicaciones, con una oscilación entre el 22% de *O Matosinhense* y el 10,5 de *Vivaciade*. En consecuencia, es notablemente alta la media de informaciones procedentes de fuentes ajenas a la cámara municipal.

No obstante, al establecer una relación con el número de noticias difundidas por las web de las cámaras, se detecta una mayor recurrencia a esta fuente de los periódicos de Maia: de las 11 informaciones publicadas en septiembre por el gabinete de prensa institucional, 7 de ellas han sido rescatadas por el *Correio da Maia* y 8 por *Maia Hoje*, lo que supone un 63,6% y un 72,7%, respectivamente. A pesar de que la cámara de Matosinhos es la más prolífica en cuanto a noticias difundidas (50 en total), los periódicos de este municipio muestran escaso apego a publicarlas: *O Matosinense* sólo ofrece 9 noticias institucionales (18% del total) y *Noticias Matosinhos* ha copiado 12 que, porcentualmente, supone un 24%, el segundo más bajo de todos los resultados obtenidos, a excepción del 23,1% regis-

trado en *O Gaiense*. En esta misma cobertura geográfica, *Gaia Semanario* publica 4 noticias procedentes de la cámara (30,8%). Los porcentajes más irregulares se dan en Gondomar: 35,3% de noticias de la cámara son publicadas en *Nós Aquí*, frente al 58% reflejado en *Vivacidade*.

Gráfico 1. Porcentajes de las noticias coincidentes (o no) con las difundidas por las cámaras municipales.



Fuente: elaboración propia.

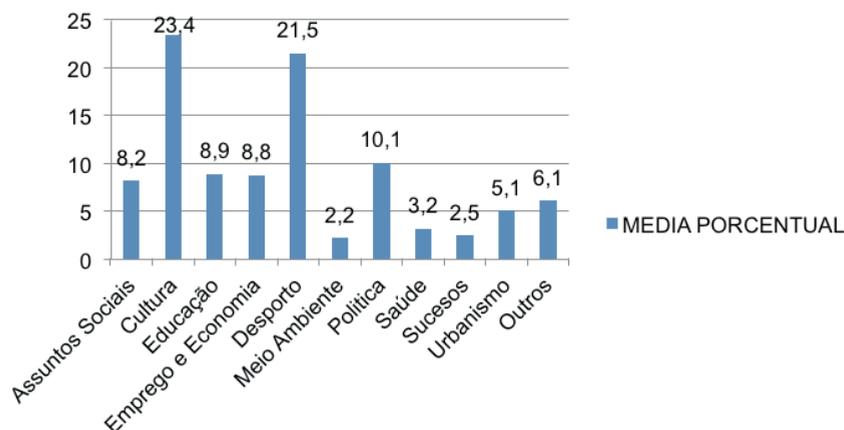
5.2. Temática más recurrente

La Cultura (23,4%) y los Deportes (21,5%) copan prácticamente la mitad de los contenidos periodísticos. Muy por debajo, con un 10,1%, están los relacionados con Política. En este último ámbito es significativo que la práctica totalidad de las noticias se refieren a la precampaña y campaña de las elecciones parlamentarias de Portugal, cuya convocatoria tuvo lugar el 4 de octubre del 2015. El resto de las temáticas se mueven en una horquilla entre el 2,2% dedicado al Medio Ambiente y el 8,9% sobre Educación (Gráfico 2).

Entre las noticias extraídas de las respectivas cámaras, destacan las culturales: 36,4%, corresponden a este ámbito, seguido, en este orden, por Urbanismo (14,8%) y Educación (12,5%). Para el resto de temáticas la horquilla se sitúa entre un respectivo 5,7%, alcanzado por Asuntos Sociales y Deportes, y el 2,3% de Sanidad.

El alto porcentaje alcanzado en la Cultura se deriva principalmente del seguimiento que realiza *Nos Aquí*, con 66,7% de las informaciones, cuya fuente es la cámara municipal; *Correio da Maia* (57,1%) y *O Gaiense* (52,6%). Para el resto de los ámbitos no se observan resultados significativos, a excepción del 41,7 que *Notícias Matosinhos* dedica al Urbanismo y del 37,5% que *Maia Hoje* extrae de las informaciones públicas sobre Educación.

Gráfico 2. Medias porcentuales de las temáticas más recurrentes.

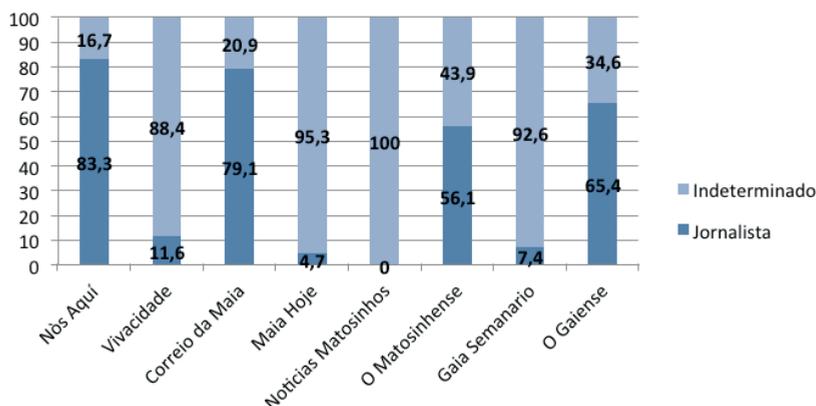


Fuente: elaboración propia.

Además del exiguo porcentaje de 2,3% alcanzado por Sanidad, la Política (3,4%) se presenta como la segunda temática menos coincidente con la información que se aporta al respecto desde las cámaras municipales. En este ámbito hay que tener en cuenta el sesgo temporal en el que se realiza el estudio: durante el periodo electoral legislativo. En consecuencia, los medios investigados se decantan por publicar una mayor cantidad de noticias relacionadas con los actos de precampaña y campaña que desarrollan los partidos políticos que se presentan a las urnas, por lo que la información política derivada de la administración local queda eclipsada con la agenda de actividades electorales que se organizan en los distintos municipios.

5.3. Autoría de las informaciones

Algo más de un tercio de las informaciones (38,45%) son firmadas por un periodista; el 61,55% restante tienen una autoría indeterminada. Como se observa en el Gráfico 3, los casos de *Maia Hoje* y, sobre todo, *Noticias Matosinhos* resultan especialmente relevantes por el anonimato de sus informaciones; en el primero solo un 4,7% sí que reflejan una autoría concreta, mientras que en el segundo caso ninguna de las piezas publicadas corresponde a un periodista. En el polo opuesto se hallan, por este orden, *Nós Aquí*, con un 83,3% de informaciones con firma, y el 79,1% de *Correio da Maia*.

Gráfico 3. Porcentajes de las autorías en los periódicos

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, al establecer una contingencia entre la coincidencia o no con las noticias difundidas por los gabinetes y la autoría de las piezas, no existe una relevancia significativa de correspondencia directa. Los porcentajes más destacables entre los que sí toman como fuente a la institución se dan entre la Redacción de *Vivacidade* (34,5%) y los periodistas de *O Gaiense* (33,3%). Sobresale, por otra parte, que ninguna de las informaciones recogidas de la cámara son firmadas por la redacción de *Nós Aqui* ni por los periodistas de *Notícias Matosinhos*. Esta falta de correlación también se observa en las noticias no coincidentes: *Vivacidade* vuelve a ocupar el índice más alto entre las noticias sin firma particular (29%) y *O Gaiense* en las que son rubricadas por periodistas.

6. Conclusiones y discusión

En primer término, se observa una escasa recurrencia a las cámaras municipales como fuente informativa por parte de los medios analizados: apenas un 15,1% de las noticias publicadas coincide con las difundidas a través de las respectivas páginas web de las administraciones locales. Pese a las debilidades expuestas en diferentes investigaciones (Faustino, 2004; Pereira da Costa, 2005; Ferreira, 2005), la prensa local de los municipios colindantes al Gran Porto muestran una predisposición a utilizar una variedad de fuentes para elaborar sus informaciones que no siempre tienen que ver con lo público. En consecuencia, se rechaza la primera hipótesis planteada; al contrario de lo que ocurre en la prensa de Fuenlabrada (España), según los datos aportados por Catalina-García (2015).

Pero esta categorización de rechazo a la hipótesis se debe relativizar al tener en cuenta las diferencias registradas en el número de informaciones difundidas por las cámaras municipales. Al respecto, es significativo el caso de Maia que,

durante todo el mes de septiembre del 2015, publica solamente 11 informaciones en su página oficial. De esta cuantía, una gran parte son recogidas por la prensa local. El resto de las noticias emitidas por ambos medios corresponden a otras procedencias indeterminadas; ante estas cifras, el recuento sobre su hábito de recurrir a la fuente municipal queda sesgado. Sin embargo, en otros municipios ocurre lo contrario; en particular, la cámara de Matosinhos es la más prolífica en difundir información y, a pesar de ello, tienen un escaso reflejo en los periódicos de este municipio.

Se observa, por otra parte, una amplia diversidad de los ámbitos tratados. Es sintomático que, a pesar de que el periodo de tiempo establecido coincide con época electoral, las noticias referidas a Política apenas superan el 10%; este dato refuerza la cobertura local de los contenidos publicados por estos periódicos, ya que los comicios previstos para el mes siguiente al estudiado tienen un ámbito nacional.

La multiplicidad temática es también relevante en las noticias cuya fuente directa es la cámara municipal; en este contexto los valores porcentuales se sitúan entre el 2,3% de piezas sobre Sanidad y 36,4% de las relacionadas con la Cultura; precisamente este último ámbito marca la excepción a un rechazo absoluto de la segunda hipótesis.

Se comprueba, en tercer lugar, que la tendencia de los periódicos analizados es de publicar las noticias de forma anónima: dos tercios de ellas no están suscritas por un periodista/redactor en concreto. Las razones sobre este particular pueden venir derivadas de lo que planteaba Guimaraes (1997) sobre la escasez de capital humano en los medios regionales. Las consecuencias de ello se podrían traducir, por una parte, en el Webjornalismo citado por Canavilhas (2001) que describe la proliferación de medios *online* con una fácil y económica forma de distribución; y, por otra parte, la falta de profesionales puede conllevar a una tendencia a utilizar fuentes de fácil acceso como las noticias *online* de las cámaras municipales que, como apunta Santos (2007), pueden derivar en la ausencia de la objetividad deseada en los medios periodísticos y en la pasividad entre los periodistas, observada por Pereira da Costa (2005).

La escasez de informaciones firmadas en los periódicos analizados tiene un evidente ejemplo en *Noticias Matosinhos*: ninguna de ellas revela que hayan sido escritas por profesionales; y en un nivel escasamente superior se sitúa *Maia Hoje*. En el polo opuesto se hallan *Nos Aquí* y *Correio de Maia*.

Finalmente, no existe tampoco una correspondencia entre la autoría y la utilización de la cámara municipal como fuente directa para elaborar informaciones, hecho que confirma la tercera hipótesis planteada. Si bien es cierto que casi dos tercios de las noticias extraídas de la web pública no tienen firma personal, también se observa que un porcentaje similar de las piezas procedentes de otras fuentes no están identificadas por un redactor en particular. La ausencia de un autor de las informaciones potencia, en cierta medida, el endémico mal de

letargo observado por Ferreira (2005) y un inestable desarrollo empresarial en los medios regionales planteado por Faustino (2004).

Si bien es cierto que los periódicos analizados se han adaptado a las nuevas tecnologías para su supervivencia, los hallazgos sobre la falta de autoría sugieren que las rutinas profesionales en estos medios se apoyan firmemente en redes sociales y otras fuentes procedentes de Internet para elaborar sus noticias. Este hecho se contradice con el ejercicio de un periodismo de calle, práctica absolutamente recomendable y deseable en la prensa local, cuyo ámbito, al igual que el de las administraciones municipales, debe incidir en una mayor proximidad hacia los intereses y demandas del ciudadano. En consecuencia, resulta pertinente abrir una línea de investigación que relacione la agenda mediática con las cuestiones que más preocupan a la ciudadanía.

Por otro lado, es sintomático que la prensa analizada no recurra en mayor medida a las informaciones derivadas de las cámaras municipales. Se ha demostrado que la cantidad de estas informaciones, ya sea alta o baja, no se relaciona con la utilización de esta fuente por los periódicos, lo que lleva a pensar que la calidad en los contenidos de estas noticias procedentes de la administración pública no responde a los intereses periodísticos de la prensa local, los cuales deben encaminarse a informar a los ciudadanos de sus respectivas zonas de cobertura. En este contexto, se sugiere, en futuros estudios, profundizar en las rutinas comunicacionales de las cámaras municipales y establecer un modelo marco de recomendaciones para acercar la información a las preocupaciones ciudadanas y, por extensión, a los objetivos periodísticos de la prensa local.

Referencias bibliográficas

- Anderson, C. W. (2013). *Rebuilding the news: Metropolitan journalism in the digital age*. Temple University.
- Amaral V. (2005). Imprensa regional e políticas da comunicação: situação geral no quadriénio 1999-2002. *Comunicação e Sociedade*, vol. 7, pp. 181-194.
- Araújo, J. V. D. (2005). *A influência da imprensa regional ou local na tomada de decisões. A criação do Concelho da Trofa* (Dissertação de Mestrado). Universidade Fernando Pessoa, Porto.
- Aroso, I. M. (2013). As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Recuperado de <http://bit.ly/1HWeJAN>.
- Brown, C., Hendrickson, E. & Littau, J. (2014). New Opportunities for Diversity: Twitter, Journalists and Traditionally Underserved Communities. *Journal of Media Studies*, 1(1). Recuperado de <http://bit.ly/2BPimfD>.
- Brüheim, M. & Mourão, V. (2012). La función social de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal. *Prisma Social*, 308(8), 308-332. Recuperado de: <http://bit.ly/2BmgCti>.

- Burns, A. (2010) Oblique strategies for ambient journalism. *Media-Culture Journal*, 13(2), Recuperado de <http://bit.ly/2CZNR5U>.
- Campóñez, C (2002). *Jornalismo de proximidade*. Coimbra, Minerva.
- Canavilhas, J.M. (2001). *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Recuperado de <http://bit.ly/1iwjV6v>.
- Candón Gautier, L. y Márquez Ruiz, C. D. (2014). El discurso político y su reflejo en los medios: la credibilidad en tiempos de crisis (2008-2011). *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Marzo. Págs. 129-137.
- Cardoso de Miranda E.A. & Muñoz Cañavate, A. (2015). Los sitios web como servicios de información al ciudadano: un estudio sobre los 308 ayuntamientos de Portugal. *Anales de Documentación*, 2015, 18(1). Recuperado de <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.18.1.212681>
- Casero-Ripollés, A., Ortells-Badenes, S. & Cedillo, G.R. (2014). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *Telos*, 99, 45-54. Recuperado de: <http://bit.ly/2kHS7QU>.
- Castañeda, L. (2003) 'Teaching Convergence', *Online Journalism* Recuperado de <http://bit.ly/2DwDkAC>.
- Catalina-García, B. (2015). Gabinetes de prensa como principal fuente documental de los medios de comunicación. Fuenlabrada como caso de estudio. *Index Comunicación*, v.5. nº 3, pp.121-143. Recuperado de <http://bit.ly/1K1BjtM>.
- Correia, J.C. (2012). As múltiplas faces da imprensa regional portuguesa: o jornalismo regional no contexto da comunicação comunitária. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 17, nº 1, pp. 5-18.
- Costa, A.J. (2005). Imprensa regional: estudo de arte e presença na web (Dissertação de Mestrado). Universidade Fernando Pessoa, Porto.
- EUROSTAT (2014). Archive:Internet use statistics–individuals. Recuperado de <http://bit.ly/2BQrHUw>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social. ERC (2010). *A imprensa local e regional em Portugal*. Recuperado de <http://bit.ly/2CWtITQ>.
- Faustino, P. (2013). *Pluralismo dos media. Indicadores de mercado e grupos empresariais em Portugal e na Europa*. Lisboa. Media XXI.
- Faustino, P. (2004). *A imprensa em Portugal: transformações e tendências*. Lisboa. Media XXI.
- Ferreira, P. (2005). O custo das não-decisões na imprensa local e regional em Portugal. *Comunicação e Sociedade*, vol. 7, pp. 153-180.
- Guimarães, A (1997) "Prática Informativa na Comunicação Social Regional e Local" em *O Processo Informativo na Comunicação Social Regional e Local*, Comunicações. Alta Autoridade para a Comunicação Social, Lisboa.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016). *Cifras Oficiales de Población de los Municipios Españoles: Revisión del Padrón Municipal*. Recuperado de <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2881>.

- Instituto Nacional de Estatística. Statistics Portugal (2011). *Censos 2011*. Recuperado de <http://mapas.ine.pt/map.phtml>.
- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*. Labcom.IFP, Universidade da Beira Interior, Portugal. Recuperado de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/book/203>
- Jerónimo, P. (2011). O uso da Internet na imprensa regional portuguesa. *III Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0 La transformación del espacio mediático*, Bilbao, 9-11 de noviembre, pp. 470-491.
- Martínez-Rolán, X., Piñeiro-Otero, T. & Baamonde-Silva, X. M. (2016). El desafío de la transparencia en la comunicación digital. Un estudio de caso sobre las webs municipales de Galicia y Norte de Portugal. *Observatorio (OBS*)*, 10 (4), pp. 35-55. Recuperado de: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v10n4/v10n4a03.pdf>
- Meraz, S. (2011). The fight for 'how to think': Traditional media, social networks, and issue interpretation. *Journalism*, 12 (1), 107-127. Recuperado de <http://jou.sagepub.com/content/12/1/107.full.pdf>.
- Meso, K. (2005). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (90), 4-13.
- Morais, R. J. & Sousa, J. C. (2012). Jornalismo regional e redes sociais: entre as novas oportunidades de participação e a apatia participativa? *Cadernos de Informação*, (30), 21-30. Recuperado de <http://bit.ly/2CXLwbH>.
- Pereira da Costa, C. M. (2012). Influência da comunicação municipal na imprensa regional. *Comunicação e Sociedade*, 8, pp. 73-82.
- Pew Research Center's Project (2013). *The state of the news media 2013*. Washington, The Pew Research Center's. Recuperado de <http://bit.ly/1zDoWuI>.
- Ramírez-Alujas, Á.V. (2010). Innovación en la Gestión Pública y Open Government (Gobierno Abierto): Una Vieja Nueva Idea... *Revista Buen Gobierno*, 9; pp 2-35 Recuperado de <http://bit.ly/2zhk6vk>.
- Real, E. Agudiez P. & Príncipe S. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?/Citizen Journalism versus professional Journalism: are we all journalists? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 189-214.
- Ribeiro L.T. (2007). O poder dos meios – Análise das condições de produção jornalística em dois diários regionais. In *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM*, 6-8 Setembro, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho). pp. 450-464.
- Rodrigues, C. (2010). Redes Sociais e práticas que se impõem ao jornalismo. *II Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Universidad de Salamanca, 4-5 de octubre, pp. 368-377.
- Santos, S. (2007). *Imprensa regional. Temas, problemas e Estratégias da Informação Local*. Lisboa, Livros Horizonte.
- Sousa, J.P. (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental – Situação geral e os casos português e galego*. Recuperado de <http://bit.ly/2Dzitwj>.

- Vercelli, A. (2014). La participación ciudadana en la era digital. Análisis de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de derechos ciudadanos. *VIRTUalis*, 4(7), 115-129. Recuperado de <http://bit.ly/2DwF250>.
- Villoria, M. (2012). El gobierno abierto como subsistema de políticas: una evaluación desde el institucionalismo discursivo. En Hoffman, A.; Ramírez Alujas, A. y Bojórquez J.A. (coord). *La promesa del gobierno abierto*. México y Chile. pp. 66-99. Recuperado de <http://bit.ly/2BQpzyf>.