

JORNALISMO MÓVEL E HIPERLOCAL: a experiência do *PorAqui* em Pernambuco

Sheila Borges de Oliveira

Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Recife, PE, Brasil
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8733-7973>

Diego Gouveia Moreira

Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Design e Comunicação, Recife, PE, Brasil
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3422-5841>

Carolina Dantas de Figueiredo

Universidade Federal de Pernambuco, Departamento de Comunicação Social, Recife, PE, Brasil
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6611-2038>

Resumo

O jornalismo móvel e hiperlocal se fortalece diante da cultura da convergência, que possibilita a pluralidade de produção de notícias locais a partir do estímulo à participação com a produção de conteúdos pelos usuários. Este artigo problematiza como o *PorAqui* constituiu uma experiência de jornalismo móvel, hiperlocal e colaborativo. Para isso, a pesquisa realiza uma revisão bibliográfica dos conceitos-chave da proposta, como convergência, cultura participativa e jornalismo hiperlocal.

Palavras-chave

Jornalismo móvel; Jornalismo hiperlocal; Cultura participativa; Repórter-amador; *PorAqui*.

1 Introdução

A Internet dinamizou as possibilidades de criação de notícias. Se antes os meios massivos dominavam a divulgação de informações, com o avanço das plataformas digitais, das redes sociais on-line e dos aplicativos para dispositivos móveis, surgiram novas possibilidades de acesso a conteúdos informativos. Nesse cenário, é possível identificar nichos de público com interesse em informações relativas a temas, produtos ou localidades específicas.

Atentos a esse movimento na área da comunicação, foi criado no estado de Pernambuco (Brasil) o *PorAqui*, uma plataforma de conteúdos informativos que se define, no site e no aplicativo disponível para *smartphones* e *tablets*, como hiperlocal e colaborativa. Cabe aqui lembrar que hiperlocal se refere a algo estritamente relacionado aos espaços mais próximos dos sujeitos, numa lógica que contraria o modelo de mídia de massas que se tornou hegemônico na segunda metade do século XX, mas que tem emergido como possibilidade de rentabilização tanto para os grandes veículos quanto para os pequenos empreendimentos jornalísticos. Na aplicação deste modelo e em particular no caso em questão, jornalistas e público produzem notícias referentes a bairros da capital e municípios de Pernambuco.

O jornalismo hiperlocal se assemelha ao jornalismo de bairro, que era produzido para plataformas impressas especializadas, jornais e revistas, editados antes do surgimento da Internet e das redes sociais on-line. Nessa perspectiva, o conceito de hiperlocal se aplica tanto para o jornalismo analógico como para o digital, pois tem como objetivo aproximar cada vez mais a notícia do cidadão, o fato ao dia a dia das pessoas, partindo do local que amplia o cenário mais doméstico, como o próprio bairro onde moramos e trabalhamos.

Com a convergência tecnológica, a cultura participativa e os dispositivos móveis, pilares da cultura da convergência o jornalismo hiperlocal entra em uma nova fase e acompanha as mudanças do campo do jornalismo. Para Bourdieu (1997 e 2003), o conceito de campo social é instituído pela formação de um espaço de disputas constituído por atores para que eles sejam reconhecidos como membros de um grupo e para que possam adquirir e dominar os seus valores. É um espaço de distinção. No caso do campo do jornalismo, para distinguir quem é ou não jornalista.

Em uma sociedade interligada em redes digitais, a atividade jornalística pode ser praticada com mais facilidade por qualquer profissional do campo, mesmo aquele que não esteja ancorado em um veículo da grande imprensa. Basta ter algum dispositivo móvel, conectado à Internet, para o comunicador produzir conteúdo adaptado às multiplataformas espalhadas em espaços nas redes sociais on-line, nos aplicativos de celular ou em qualquer outro suporte que possa servir de mídia.

Compreende-se aqui por mídia todo e qualquer suporte que não está mais restrito aos veículos tradicionais, como jornais, revistas, rádios e televisões, mas não é objetivo deste artigo aprofundar esse debate e sim perpassá-lo para contextualizar o fenômeno do novo jornalismo hiperlocal e móvel. Esse fenômeno, inclusive, não fica restrito ao campo do jornalismo já que a imprensa é uma indústria como outra qualquer. Indivíduos, sejam eles

profissionais especializados em jornalismo ou comunicação ou não, podem produzir notícia nas mídias digitais como repórteres-amadores.

O conceito de repórter-amador é instituído por Nome do Autor (2015), para identificar os cidadãos não especialistas que realizam três movimentos: consomem informação, interagem com a grande imprensa e criam espaços, dentro e fora da Internet, para produzir a própria notícia, que não está restrita aos critérios impostos pelo jornalismo. Para Wolf (1987), os valores-notícia são formados por um conjunto de elementos que vai dar amparo à informação para que ela chegue à condição de notícia. Para o repórter-amador, a notícia é um produto da interatividade social mais ampla, que não se submete aos filtros das empresas de comunicação. Miranda (2008), quando analisou a quebra da linearidade do processo de produção da notícia com a expansão da Internet, observou que as notícias estão sendo construídas por “pessoas comuns” que querem dizer alguma coisa. Ou seja, a Internet está alterando os meios de produção da notícia.

Em relação ao foco editorial do *PorAqui*, o jornalismo hiperlocal não só aproxima geograficamente as pessoas das notícias, mas também pode ligar os indivíduos por temas de seus interesses, destacando, por exemplo, informações sobre trânsito e segurança. Essa configuração pode redundar em uma oportunidade comercial por trabalhar com nichos de mercado para anunciantes (CARVALHO; CARVALHO 2014). Essas duas características são capazes de abrir oportunidade de mercado tanto para os veículos já consolidados como para as mídias alternativas. Nos dois casos, novos públicos podem ser formados para que possam participar ativamente da produção do conteúdo.

Diante desse cenário, este artigo problematiza como o *PorAqui* constituiu uma experiência de jornalismo móvel, hiperlocal e colaborativo. Para isso, a pesquisa realiza uma revisão bibliográfica dos conceitos-chave associados ao problema de pesquisa e, na sequência, desenvolve um estudo de caso com uma breve análise do aplicativo para smartphones. Gil (2002) diz que o estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

2 O jornalismo na cultura da convergência

Uma das maneiras de se compreender a cultura da convergência é a partir das ideias de Jenkins (2008). A convergência é analisada, por ele, como um conceito importante para entender as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais do cenário

contemporâneo dos meios de comunicação. Jenkins (2008) defende a ideia de que, nesse contexto, as velhas e novas mídias coexistem e produtores de mídia e consumidores interagem mais.

O autor estuda o conteúdo que circula por múltiplos suportes e mercados midiáticos, considerando o comportamento do público, que utiliza diversos canais em busca de novas experiências de entretenimento. Ele também faz questão de destacar que a convergência não é tecnológica, mas cultural. Defende a ideia de que a convergência representa um fenômeno cultural em que o público é incentivado a procurar novas informações e fazer conexões quando se depara com conteúdos dispersos em múltiplas plataformas. "A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros" (JENKINS 2008, p. 30).

Jenkins ressalta outros dois importantes princípios: o da inteligência coletiva e o da cultura participativa. A inteligência coletiva está relacionada à nova forma de consumo, que se tornou um processo conjunto e pode ser considerada uma nova fonte de poder. A relação entre o indivíduo e a máquina não ocorre de modo único e particular, mas em uma interação comunitária. Os indivíduos interagem e influenciam-se reciprocamente. Lévy (2000) define inteligência coletiva como um conceito caracterizado por um novo tipo de pensamento sustentado por conexões sociais que são viáveis por meio da utilização das redes. "O termo 'coletivo' não se aplica apenas para a ligação entre mentes reais que se comunicam pela fala, mas também à comunicação entre mentes mortas, vivas e aquelas (virtuais) que virão" (LÉVY, 2000, p. 62).

"A expressão cultura participativa serve para caracterizar o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da condição de receptor passivo" (MOREIRA; LIMA, 2012, p. 4-5). São pessoas que interagem com um sistema complexo de regras, criado para ser dominado de forma coletiva. Nesse processo, não há, para Jenkins (2008), a substituição dos velhos meios, mas a transformação das funções e do *status* desses meios com a introdução de novas tecnologias. A cultura participativa está associada a modos de intervenção da audiência diante dos conteúdos midiáticos.

O acesso a ferramentas de baixo custo para captura, edição e organização permitiu aos consumidores produzirem conteúdos midiáticos e interagirem mais efetivamente com as produções de que gostam. "Funções por vez monopolizadas por um punhado de instituições hierárquicas (por exemplo jornais, estações de televisão e universidades) têm sido usurpadas

por editores independentes, sites de compartilhamento de vídeo, bancos de conhecimento sustentados de forma colaborativa e entretenimento gerado pelo fã” (Delwiche; Henderson, 2013, p. 5).

O conceito de cultura participativa, no entanto, não é consenso entre os pesquisadores da área. Para esta pesquisa, foram utilizadas as reflexões propostas por Jenkins (2008, 2013), que associa a expressão ao advento da cultura da convergência. É nesta perspectiva que compreendemos o conceito. Jenkins (2008) define a cultura participativa como sendo um dos pilares da cultura da convergência. De acordo com ele, a expressão contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação.

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (JENKINS, 2008, p.30).

A cultura participativa seria, portanto, o cenário e o conjunto variado de possibilidades abertas aos consumidores de maior acesso, produção e circulação de conteúdos midiáticos, a partir da digitalização e convergência dos meios (FECHINE et. al., 2013, p. 26-27). Não por acaso, mas também por uma questão de sobrevivência, o jornalismo, em suas mais variadas plataformas, tem investido no estímulo à participação do público seja a partir de envio de reportagens para as redações e por meio da participação na montagem de notícias.

A cultura participativa é, em Jenkins, o conceito que ajuda a entender a possibilidade oferecida pela explosão das tecnologias digitais interativas aos consumidores de registrar, arquivar e produzir conteúdos de mídia, operando como agentes fundamentais na sua circulação, como realizado pelos jornalistas que coordenam o projeto *PorAqui*. De acordo com o autor (2008), a cultura participativa é um fenômeno em que existe criação e compartilhamento de conteúdos entre os consumidores de mídia, motivados pela crença de que suas contribuições importam para os outros.

Em uma sociedade interligada em rede, a cultura digital abre a possibilidade da convergência tecnológica. Nesse contexto de cultura pós-massiva, o ponto central não é a recepção, como era na cultura de massa, mas a produção da informação que surge e circula por várias direções. Em tempos de convergência, o modo de se fazer jornalismo tem sofrido muitas mudanças. As narrativas e as rotinas profissionais foram reinventadas, a partir da introdução de novas maneiras de se apurar, produzir, editar e distribuir a informação. O jornalismo tem se transformado em um produto híbrido e que opera em multiplataformas com a ajuda de tecnologias móveis digitais.

Para Marcondes Filho (2002), o jornalismo está em sua quarta fase, que começou nos anos 70 do século passado e vai até os dias de hoje. Ela é chamada de jornalismo tecnológico. As novas ferramentas da comunicação, criadas com a internet, provocam mudanças profundas na cultura profissional, que passa do sistema analógico ao digital. O grande avanço ocorreu na década de 90 quando a potencialidade da comunicação, advinda da grande rede de computadores, começou a ser utilizada como ferramenta para democratizar o acesso dos indivíduos à informação.

É neste cenário que o jornalismo se entrecruza com as tecnologias digitais móveis e que se inicia um novo ciclo de inovações que tem como base a convergência midiática caracterizada pela integração de redações, da gestão editorial de multiplataformas, da polivalência midiática e da multimídia de conteúdo. Um cenário que destaca os papéis dos dispositivos de comunicação móvel, como celulares, *smartphones*, *e-readers* e *tablets*, e das redes sociais, como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Flickr. Plataformas e ferramentas que afetam as formas de produção, distribuição e consumo da informação. É sobre isso que vamos falar a seguir.

3 Jornalismo móvel e hiperlocal

Entende-se como dispositivo móvel todo equipamento digital que tem conexão com a Internet e é concebido para ser transportado com as pessoas no seu dia a dia. Destacam-se os *smartphones* e os *tablets*. Também são móveis: televisores, computadores e consoles de jogos que podem reproduzir a Internet. O jornalismo é desafiado pela Internet móvel em função não apenas da interatividade, mas, sobretudo, da contextualização da informação, focando

precisamente na produção e no consumo da notícia. As noções de tempo e lugar ganham novos contornos.

Antes de aprofundarmos o impacto do uso da tecnologia móvel na reportagem jornalística, temos que compreender como essas mudanças começaram com a entrada do computador nas redações e, posteriormente, com o acesso dessas mesmas redações à Internet. Para contextualizar o grande salto dado pelo jornalismo nas últimas décadas, trazemos aqui as sistematizações realizadas por Soster (2009), Mielniczuk (2003) e Barbosa (2009) para classificar as fases das práticas jornalísticas dentro dessa Era Tecnológica de conteúdos para multiplataformas.

Soster prefere dividir as mudanças em três momentos. O primeiro é marcado justamente pela popularização da Internet, o que ocorre a partir da década de 90. O marco balizador é o surgimento das versões digitais dos jornais impressos, que passam a disponibilizar os seus conteúdos nos sites, mudando a configuração da relação entre jornalistas, empresas e cidadãos comuns.

O segundo momento é caracterizado pela processualidade desse novo cenário que redimensiona o sistema midiático, que envolve atores, espaços sociais e ferramentas oferecidas pela informatização. Essa relação se estende do interior de um veículo para outro. Uma notícia que é divulgada por um site vai se transformar em pauta para outros veículos. A informação original é repercutida e apropriada pelos membros desse sistema por meio de uma rede. O foco dessa relação, para Soster (2009), é o processo em si. O fluxo é mais importante do que o lugar de onde partiu ou vai chegar à informação.

O terceiro momento é marcado pela descentralização, autorreferência e correferencialidade. Ancorado em uma estrutura de rede, o jornalismo opera a partir de uma nova lógica. O lugar discursivo não está mais centralizado nas redações, desloca-se no fluxo construído por uma sociedade interligada por uma rede. Muitas vezes o acontecimento é construído dentro desse fluxo.

As instituições jornalísticas continuam sendo importantes, mas passam a fazer parte de um sistema maior porque com a Internet o fluxo da informação é multidirecional. É nesse contexto que surge o cidadão comum que age ativamente, disposto a interferir no processo de produção e difusão da informação. (OLIVEIRA; MOREIRA, 2016, p. 7-8).

Soster (2009) chama de autorreferencialidade o fato de as operações jornalísticas se voltarem para o próprio sistema midiático. As fontes estão, cada vez mais, no interior desse sistema. Na correferencialidade, os veículos se referenciam mutuamente. O acontecimento pode ser gerado dentro do fluxo de informações, quando os veículos interagem entre si. Os sites jornalísticos incorporam outras mídias em seus espaços, exercendo uma cultura de convergência midiática (JENKINS, 2008).

Com as novas tecnologias digitais, o fluxo de informação caminha por vários sentidos (PRIMO, 2011). A linha que demarcava precisamente o lugar do produtor e do receptor da informação não existe mais. A indústria do jornalismo sofre mudanças profundas. As empresas de comunicação não são mais detentoras do poder de mediar e controlar a informação. O polo de produção foi descentralizado e ampliado. Pode-se buscar informação em qualquer lugar por meio dos acessos permitidos pela conexão em rede.

Para Mielniczuk (2003), o jornalista da Era Tecnológica pode chegar a realizar cinco operações distintas e complementares no seu processo de produção da informação, classificadas como eletrônica, digital, on-line, ciberjornalismo e webjornalismo. O jornalismo é considerado eletrônico quando utiliza equipamentos e recursos eletrônicos. Passa a ser digital ou multimídia quando emprega tecnologia digital e todo os dados são trabalhados em forma de *bits*. O termo ciberjornalismo é aplicado quando a prática jornalística envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço. Já o jornalismo on-line é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real. O webjornalismo é realizado através do uso de dispositivos digitais via internet. Essas práticas não são realizadas de forma excludente, podem ocorrer, inclusive, de forma simultânea. Para Mielniczuk (2003), o jornalismo da Era Tecnológica tem as seguintes características: interatividade, hipertextualidade, multimidialidade ou convergência, memória e atualização contínua.

A entrada do computador nas redações instituiu o uso da base de dados que mudou a forma de armazenar, organizar, classificar, recuperar e compartilhar informações. O desenvolvimento e o aperfeiçoamento desta ferramenta vieram junto com a Internet. A utilização do jornalismo em base de dados começou na década de 70 quando o computador entra nas redações para a elaboração de bases de dados com o objetivo de armazenar e distribuir informações.

Depois, as bases de dados passam a ser utilizadas também para o processo de apuração da notícia. Em seguida, a base de dados é alçada à condição de protagonista. Começa a etapa da Reportagem Assistida por Computador (RAC). Um processo que ganha impulso nos

anos 80 quando surgem os computadores pessoais e portáteis e, nos anos 90, com a criação da World Wide Web. Com isso, o sistema de produção da notícia vai convergindo, pouco a pouco, para o ambiente da Internet, uma vez que a sociedade fica mais interligada em rede. Na fase atual, o jornalismo digital em base de dados passa a ser não só um elemento organizador, classificatório e distribuidor por meio do qual se compartilha conteúdo, mas, sobretudo, um elemento estruturador de um novo fazer jornalístico.

O uso de tecnologias que facilitam o processo de elaboração da matéria jornalística seja para produzir uma pequena nota ou uma grande reportagem já pode ser registrado com os usos do telégrafo para a comunicação em grandes distâncias no século XIX, do telex por onde chegavam as informações das agências de notícias e do fax por meio do qual os repórteres poderiam passar para a redação textos e fotos via linha telefônica.

A plataforma de conteúdo para notícia por meio da telefonia celular digital tem início ainda na década de 90. Havia recursos simples de conexão e transmissão de dados para enviar mensagens por meio de SMS e protocolos como WAP. Foi em 2000, contudo, que surgiu o conceito de Internet móvel no Brasil com a tecnologia do WAP – sistema lento, monocromático e tarifado por minuto de navegação. Não era o ideal para ser concebido como Internet móvel. Mesmo assim, as empresas de comunicação passaram a oferecer o seu conteúdo seja do jornalismo digital, do impresso, da TV e do Rádio no celular através deste sistema. O grupo Folha foi o primeiro no Brasil a lançar, já em 2000, um site WAP, o Folha OnLine. Depois, a Compera criou o portal Internet na Mão, serviço por SMS.

Em 2007, a Apple lança o iPhone, um comunicador multimídia portátil que integra as funções do celular ao computador. A notícia está na mão por causa das inúmeras possibilidades de navegação e conectividade. Isso muda completamente a forma de se pensar a informação, de modo que em 2010, as manifestações da chamada Primavera Árabe foram registradas por celular com mensagens enviadas por jornalistas e cidadãos.

No Brasil, o fenômeno da reportagem jornalística feita em tecnologia móvel ganhou relevância pública em junho de 2013 com as transmissões dos protestos de rua que tomaram conta do país. Os jornalistas transmitiam por *streaming* com celular. Entravam ao vivo, mas também gravavam para que o conteúdo fosse disponibilizado em diversas plataformas e entrasse de forma editada nas reportagens mais elaboradas.

Silva (2013) classifica o processo evolutivo do jornalismo móvel em cinco fases. A primeira é a Tele-analógica (1960-1970) na qual a estrutura de produção da notícia ainda tem forte herança no uso do telégrafo sem fio, do gravador de rolo, das ondas do rádio e das

câmeras fotográficas e de vídeo. Eles beneficiavam mais o rádio e o jornal impresso. A rotina de produção ainda era voltada para uma mídia por vez. A segunda fase é chamada de Portátil analógica (década de 80) com o surgimento dos gravadores analógicos portáteis, mas com limitações em termos de transmissão. A rotina continua direcionada para um suporte midiático apenas.

A terceira fase (década de 90) é a Mobilidade expansiva com o surgimento de novos dispositivos, como câmeras digitais, notebooks, palmtops e uso de redes de telefonia digital para enviar conteúdo de voz e texto. As rotinas começam a mudar com o surgimento de conteúdo para multiplataformas: rádio, jornal e Internet. A quarta fase é a Ubíqua (anos 2000) com a expansão da relação jornalismo e mobilidade com redes sem fio, como wifi e 3G e computadores portáteis. As rotinas mudam e agregam mais responsabilidade para o jornalista produzir conteúdo para mais de uma mídia.

A quinta fase é a Alta performance e Era Pós-PC, que vai de 2010 até os dias atuais. É a fase do desenvolvimento de avançadas tecnologias de captação e transmissão da informação com equipamentos cada vez menores e de melhor capacidade de envio e recepção da mensagem. Ela demarca ainda a era da computação em nuvem e do uso dos aplicativos.

4 Jornalismo hiperlocal: tecnologias móveis digitais na reportagem jornalística

O termo jornalismo móvel é utilizado por Silva (2013). Pellanda (2010), por sua vez, nomeia esse novo modelo de jornalismo locativo ou hiperlocal. É o fazer jornalístico com tecnologias móveis digitais para a produção de conteúdo e mapeamentos, evidenciando o caráter de geolocalização para demarcar onde a notícia está sendo produzida, o que agrega mais um valor de noticiabilidade.

Silva fez um levantamento desses conceitos acrescentando as ideias de jornalismo de bolso (acentua o uso do celular e câmeras portáteis), o jornalismo de mochila (deslocamento do repórter com um kit na mochila para transmitir a informação de lugares mais difíceis, como em uma cobertura de guerra), jornalismo multimídia (utilização de equipamentos móveis para a produção de texto, fotos e vídeos para divulgação em multiplataformas) e jornalismo drone (um jornalismo que combina as tecnologias móveis com o uso de um drone, equipamento pequeno não tripulado e controlado por controle remoto).

Todas estas denominações, no entanto, referem-se ao uso de tecnologias móveis para produzir e distribuir a notícia por múltiplas plataformas e direções. Se, por um lado, elas beneficiam o fazer jornalístico produzido pelos conglomerados, por outro, as tecnologias móveis têm contribuído para abalar as fronteiras do campo, normalmente fechado a outros atores, porque podem ser utilizadas por qualquer indivíduo.

Por isso, elas deram mais condições para a audiência ser mais ativa, menos refém dos filtros impostos pelos conglomerados para buscar informação em outras fontes e até mesmo produzir notícia, seja na condição de cidadão-repórter, colaborando com a grande imprensa enviando textos, fotos e vídeos, ou de repórter-amador, criando espaços autorais na condição de cidadão comum nas redes sociais a exemplo de blogs para produzir notícia, como aponta Nome do Autor (2015). Em sua pesquisa de doutorado, Nome do Autor faz um perfil sociológico de atores que encontram motivações, a partir de disposições para as ações sociais, políticas, religiosas e culturais, para produzir notícia no tempo livre, sem compromisso com os valores e rituais do campo do jornalismo.

Silva (2013) vai além do conceito de jornalismo móvel, ampliando-o para jornalismo móvel digital. Ele entende que as práticas e rotinas jornalísticas foram reconfiguradas com a utilização de tecnologias móveis digitais e de conexões de rede sem fio, mudando as etapas de apuração, produção e distribuição do conteúdo jornalístico. A mobilidade não provoca uma desterritorialização absoluta do espaço físico da redação, mas uma ampliação dele por oferecer meios que facilitam a apuração, redação, edição e transmissão da notícia fora da redação.

A mobilidade do jornalismo de uma forma geral, somada à evolução do processo de convergência, flexibiliza a elaboração de conteúdos por um mesmo jornalista, que pode criá-los e produzi-los para multiplataformas. Ou seja, apurar e redigir as informações adaptando-as ao rádio, ao impresso, à televisão e aos meios digitais. Isso pode ser feito por smartphones, tablets, notebooks, câmeras digitais e similares. Silva caracterizou a rotina dos jornalistas, em face da mobilidade e da convergência, entre os critérios de noticiabilidade. Como decorrência, o fator local foi ampliado e a mobilidade também passou a ter importância no valor-notícia uma vez que a instantaneidade foi facilitada com os dispositivos móveis. Efetivamente, o jornalismo móvel digital redefine os próprios critérios de noticiabilidade.

Em função do volume de informações que circulam na Internet por diversas plataformas, os pesquisadores defendem que hoje o jornalismo deve priorizar o fator local. O

jornalismo móvel é uma alternativa para dar força a essa estratégia: a do jornalismo hiperlocal. Ele cresce associado às novas rotinas produtivas, que exploram as potencialidades dos dispositivos móveis utilizados para a captação, o tratamento e a transmissão de texto, imagem, vídeo e som. Nesse cenário de expansão da cultura de mobilidade, da valorização da notícia local e do processo de convergência tecnológica e jornalística, a estrutura do campo e as práticas dos seus atores se reconfiguraram, o que tem levado a um crescimento do jornalismo móvel e hiperlocal, que pode ser observado no estudo de caso do projeto *PorAqui*.

5 *PorAqui*: notícias ao redor, a todo momento

O *PorAqui* foi criado, no primeiro semestre de 2016, em uma parceria entre a startup Xarx, que integra uma rede de negócios no Porto Digital, parque tecnológico que funciona no Recife e abriga mais de 250 empresas e instituições dos setores de Tecnologia da Informação e Comunicação, e o Jornal do Commercio, editado no Recife, capital do estado de Pernambuco. Conceitualmente, trata-se de uma plataforma de conteúdos disponibilizada em um site e em aplicativos para *smartphones* e tablets que usam o iOS ou Android como sistema operacional. Nas ferramentas móveis, o uso de geolocalização permite ao usuário personalizar as estações, como a equipe responsável pela aplicação chama o bairro ou conjuntos de bairros, para atender às suas demandas de informação específicas. O leitor pode receber notificações referentes a notícias de um conjunto de ruas ou uma parte de um bairro. Ele também pode seguir várias estações diferentes, passando pela região de sua casa, trabalho ou escola.

A primeira estação criada foi Setúbal. Até 2018, 11 estações estavam em funcionamento. Eram elas: Aflitos/Espinheiro, Aldeia, Boa Viagem/Pina, Casa Forte/Poço da Panela, Encruzilhada e Região, Graças/Jaqueira/Derby, Jardim São Paulo/San Martin, Olinda, Recife Antigo/Centro, Setúbal e Várzea/CDU. Desde 2018, no entanto, apenas a estação Aldeia continuou em operação. O site permanece disponível assim como o aplicativo. A última notícia publicada, porém, é de julho de 2019. Presente em 20 localidades recifenses, a plataforma chegou a querer expandir sua rede de conteúdo local para mil bairros e regiões das 150 maiores cidades do País.

A produção de matérias era feita por nove jornalistas fixos, chamados de conteudistas, que também coordenam a curadoria de uma rede de colaboradores locais, remunerados por história. Os leitores também contribuíam com textos, fotos, sugestão de

pautas e denúncias. Todo o conteúdo publicado era, antes, checado e editado por uma equipe. Nesses casos, jornalistas e usuários faziam uso de dispositivos móveis para desenvolvimento dos conteúdos. As fotos eram tiradas a partir de smartphones, por exemplo, e em muitos casos os textos eram desenvolvidos em aplicativos dos próprios celulares, que também eram usados para enviar para o *PorAqui* a matéria, que seria editada e postada pelos conteudistas, muitas vezes, também através de smartphones.

É preciso ressaltar aqui o papel do repórter-amador, do cidadão que é colaborador na produção da notícia do *PorAqui* com pauta, texto e imagem. Eles não eram provocados pelo *PorAqui*, mas faziam isso voluntariamente. Com isso, percebe-se que se trata de um jornalismo colaborativo e não apenas com sugestões, possibilidade de compartilhar as notícias nas redes sociais on-line ou de comentar as matérias, mas de participar do processo de construção dos conteúdos. Entidades e projetos também vêm publicando conteúdos como o Porto Digital e o projeto Músicas de Sexta, de dois DJs recifenses. Entre julho e agosto de 2017, a plataforma contava com cerca de 200 mil sessões, 143 mil usuários, 270 mil visualizações de páginas e 8,5 mil downloads de apps.

As notícias publicadas giravam em torno de assuntos como um cachorro perdido, em Setúbal, até uma crítica sobre um restaurante no Espinheiro, mas também podiam contar a história de um barbeiro, de 91 anos, de Jardim São Paulo. Esses eram alguns dos assuntos hiperlocais, de interesse específico a bairros da RMR que o *PorAqui* reunia para os leitores pernambucanos. Dentro de cada estação, as notícias eram divididas em categorias (Cotidiano, Diversão, Comer & Beber, Empreendedorismo, Bem-estar, Agenda).

Na análise do aplicativo, é interessante observar a possibilidade de acompanhar as notícias na página inicial em que aparecem as histórias mais recentes ou ir para as estações com as informações específicas daquelas localidades. O uso de tags (etiquetas) ajuda o leitor a identificar facilmente de qual região vem as informações de determinada notícia publicada. Por exemplo, há uma matéria intitulada “O passado nada fácil da coreana por trás das delícias do Burgogui” na página inicial, mas há uma sinalização indicando que o conteúdo pertence à estação Aflitos/Espinheiro. Quando clicamos em Comer & Beber, a reportagem sobre o restaurante Burgogui aparece.

Os critérios de noticiabilidade que norteiam as pautas dos grandes veículos de comunicação se baseiam principalmente na ideia de alcançar o maior número de pessoas em grandes extensões territoriais. Isso explica porque não é comum encontrar matérias com informações mais restritas a moradores de um determinado bairro com histórias sobre novos

negócios, personagens que se destacam nas comunidades e programas de lazer nestas localidades. É neste contexto que emerge a figura do repórter-amador, indivíduo que vive o cotidiano das localidades e produz por si só conteúdos textuais e imagéticos para o portal *PorAqui*. Este o faz amadoramente, sem equipamentos ou conhecimentos específicos de comunicação.

Iniciativas como a do *PorAqui* querem atuar, na contramão, como uma rede de conteúdo hiperlocal, uma fonte confiável de informações de interesse restrito a moradores de localidades específicas. A visão do *PorAqui* foca no micro para pensar no que mais causa impacto no cotidiano de seus usuários (PORAQUI, 2019). O conteúdo hiperlocal que a plataforma oferece preenche uma demanda crescente tanto de leitores quanto de produtores de conteúdo, que antes só podiam postar essas informações nas redes sociais, mas de uma forma que não conseguia reunir o público dos bairros como é possível agrupar com o aplicativo.

6 Considerações finais

Com as novas tecnologias digitais, o fluxo de informação caminha por vários sentidos. A linha que demarcava precisamente o lugar do produtor e do receptor da notícia não existe mais. A indústria do jornalismo sofre mudanças profundas. O polo de produção foi descentralizado e ampliado, pode-se buscar informação em qualquer lugar por meio dos acessos que são abertos pela conexão em rede.

O *PorAqui* constitui, como foi observado, uma iniciativa de jornalismo colaborativo, hiperlocal e móvel na medida em que conta com a produção de conteúdos por repórteres-amadores, que fazem uso de dispositivos móveis no desenvolvimento das informações e com assuntos hiperlocais, de interesse a um público que mora, trabalha ou estuda na região coberta em uma das estações disponíveis no aplicativo.

O indivíduo que colabora e produz notícia realiza práticas jornalísticas, mas não abraça o jornalismo como profissão, uma vez que atua de forma voluntária e sem compromisso com publicações. Em nosso artigo, os cidadãos que produzem notícia para o projeto *PorAqui* faz isso no tempo livre, sem compromisso com os valores e as rotinas do campo do jornalismo. Mas ao entrar e sair do campo do jornalismo, o indivíduo gera tensão

porque produz notícia, mesmo que seja a partir de seus critérios pessoais e não de valores e capitais sociais próprios dos integrantes deste campo.

O repórter-amador não possui uma formação específica que o faça dominar as técnicas dessa classe profissional. Ele, no entanto, aproxima-se da imagem do jornalista que atuava nos primórdios do jornalismo, antes da adoção de normas e regras que transformaram o jornalismo em um campo reconhecido no qual a atividade profissional obedece a um processo produtivo para fazer parte da lógica da indústria cultural, fechado para os atores que não possuem status de expert ou de fonte oficial.

O jornalismo hiperlocal e móvel impulsiona, por um lado, novas práticas para os atores do campo do jornalismo, como abordamos neste artigo por meio da análise do estudo de caso do *PorAqui*, e cria, por outro, o ambiente favorável para a atuação do repórter-amador, o cidadão que não é jornalista, mas que produz notícia, muitas vezes a respeito do próprio ambiente em que vive ou trabalha, por não se sentir contemplado pelas pautas realizadas pelos veículos da grande imprensa.

Referências

BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, C. (ORG.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

BORGES, Sheila. **O repórter-amador**. Recife: Cepe, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

CARVALHO, Juliano Maurício de; CARVALHO, Angela Grossi de. **Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade**. In: BRONOSKY, Marcelo Engel; CARVALHO, Juliano Maurício de (Orgs.). **Jornalismo e convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

DELWICHE, Aaron; HENDERSON, Jennifer Jacobs. **The participatory cultures handbook**. New York/London: Routledge, 2013. p. 3-8.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Atlas, 2002.
- JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry. **Spreadable Media**. New York: New York University Press, 2013. 349 p.
- LÉVY, Pierre. O ciberespaço como um passo metaevolutivo. **FAMECOS**, n. 13, dez. 2000.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker editores, 2002.
- MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em:
http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm. Acesso em: novembro de 2017.
- MIRANDA, José María García de Madariaga. **El periodismo em el siglo XXI: una profesión em crisis ante la digitalización**. Madrid: Editorial Dykinson, SL, 2008.
- MOREIRA, Diego Gouveia; LIMA, Cecilia Almeida Rodrigues. Novas narrativas televisivas e universos transmídias. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 14., 2012, Recife. **Anais...** Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0401-1.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- OLIVEIRA, Sheila Borges de; MOREIRA, Diego Gouveia. Um resgate do jornalismo: do surgimento à imersão. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais...** Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1755-1.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- PELLANDA, Eduardo Campos. **Reflexões sobre o Projeto Locast como experimento de plataforma móvel social**. INTERCOM. Caxias do Sul, 2010.
- POR AQUI. Disponível em: poraqui.com. Acesso em: 21 nov. 2019.
- PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, twitter, facebook e flipboard. **Anais eletrônico. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, ECO-Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011. 1 CD-ROM.
- SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital : uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em:
<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>. Acesso em nov/2017.

SOSTER, Demétrio de Azevedo. **Modelo para análise do jornalismo midiaticado**. In: *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. SOSTER, Demétrio de Azevedo; SILVA, Fernando Firmino da (org.). Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009, p. 120-140.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

MOBILE AND HYPERLOCAL JOURNALISM: the *PorAqui* platform experience in Pernambuco

Abstract

Mobile and hyperlocal journalism is strengthened by the culture of convergence, which enables the plurality of local news production from stimulating participation with the production of content by users. This article discusses how the *PorAqui*, a Pernambuco platform for information production, constitutes a mobile, hyperlocal and collaborative journalism experience. For this, the research performs a bibliographic review of the key concepts of the proposal, such as convergence, participatory culture and hyperlocal.

Keywords

Mobile journalism; Hyperlocal journalism; Participatory culture; Amateur report; *PorAqui*

Autoria para correspondência

Carolina Dantas Figueiredo
caroldanfig@gmail.com

Como citar

OLIVEIRA, Sheila Borges de; GOUVEIA, Diego; FIGUEIREDO, Carolina Dantas. Jornalismo móvel e hiperlocal: a experiência do *PorAqui* em Pernambuco. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, jan./dez. 2021.
DOI: <http://doi.org/10.19132/1807-8583202152.98234>

Recebido em 15/11/2019

Aceito em 24/06/2021

Copyright (c) 2021 Carolina Dantas Figueiredo, Sheila Borges de Oliveira, Diego Gouveia. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.



