

# Jornalismo móvel e hiperlocal: a experiência do *PorAqui* em Pernambuco

Carolina Dantas Figueiredo<sup>1</sup>

Sheila Borges de Oliveira<sup>2</sup>

Diego Gouveia<sup>3</sup>

## 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. O público não apenas sugere temas, mas atua como repórter-amador, abalando o próprio campo do jornalismo ao usar as plataformas on-line para construção das notícias. Este artigo problematiza como o *PorAqui* constitui 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 e desenvolve um estudo de caso com uma análise do aplicativo para smartphones *PorAqui*. Por fim, mostra-se como esse fenômeno sinaliza para a renovação do mercado de trabalho tanto para os grandes veículos da imprensa quanto para os jornalistas que atuam fora dos conglomerados de comunicação.

## Palavras-chave:

Jornalismo móvel e hiperlocal; Cultura participativa; Repórter-amador.

## 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. The public not only suggests themes, but acts as amateur reporter to shake the field of journalism itself by using the online platforms as a news-building space. 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 journalism and, in sequence, develops a case study with an analysis of the application (App) for smartphones. Finally, it is shown how this phenomenon signals the renewal of the labor

---

1 Doutora em Comunicação Social. Professora na Universidade Federal de Pernambuco. caroldantasfigueiredo@hotmail.com

2 Doutora em Sociologia. Professora da Universidade Federal de Pernambuco. sheilaborges12@gmail.com

3 Jornalista. Professor da Universidade Federal de Pernambuco. dgmgouveia@gmail.com

market for both the mainstream media and journalists, who work outside the media conglomerates.

### Keywords

Mobile and hyperlocal journalism; participatory culture; amateur report.

## Introdução

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, foi criado em Pernambuco o *PorAqui*, uma plataforma de conteúdos que se definia, no site e no aplicativo disponível para *smartphones* e *tablets*, como hiperlocal e colaborativa. 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. Na aplicação deste modelo e, em particular, no caso em questão, jornalistas e público produziam 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 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.

Em uma sociedade interligada em redes digitais, a atividade jornalística pode ser praticada com mais facilidade por qualquer profissional, mesmo aquele que não esteja ancorado em um veículo da grande imprensa. Basta ter algum dispositivo móvel, conectado à Internet, para produzir conteúdo adaptado a multiplataformas. Neste contexto, indivíduos, sejam eles profissionais especializados em jornalismo ou não, podem produzir notícia nas mídias digitais como repórteres-amadores.

O conceito de repórter-amador é instituído por Borges (2015), para identificar os cidadãos não especialistas que: consomem informação, interagem com a grande imprensa e criam espaços, dentro e fora da Internet, para produzir a própria notícia. 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.

Em relação ao foco editorial do *PorAqui* que funcionou entre 2016 e 2019, percebe-se que o jornalismo hiperlocal não só aproxima geograficamente as pessoas das notícias, mas, também, pode ligar os indivíduos com interesses comuns, 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 postulado e desenvolve um breve estudo de caso. Sendo o estudo de caso compreendido como estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

## O jornalismo na cultura da convergência

A convergência é analisada por Jenkins (2008) como um conceito importante para entender as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais do cenário contemporâneo dos meios de comunicação. 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. “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 (2008) 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. Lévy (2000) define inteligência coletiva como um conceito caracterizado por um novo tipo de pensamento sustentado por conexões sociais que são viáveis através 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. São pessoas que interagem com um sistema complexo de regras, criado para ser dominado de forma coletiva. 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. Nem todos os participantes são iguais. Corporações - e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia - ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo conjuntos 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 para 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 ou por meio da participação na montagem de notícias.

A cultura participativa é o conceito que ajuda a entender a possibilidade oferecida pelas tecnologias digitais interativas aos consumidores de registrar, arquivar e produzir conteúdos de mídia, operando como agentes fundamentais na sua circulação, como realizado durante a existência do projeto *PorAqui*. 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.

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 às tecnologias digitais móveis e inicia um novo ciclo de inovações que têm 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 e Instagram. Plataformas e ferramentas que afetam as formas de produção, distribuição e consumo da informação.

## **Jornalismo móvel e hiperlocal**

Entende-se como dispositivo móvel todo equipamento digital que tem conexão com a Internet e é portátil. 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 (2009) divide as mudanças em três momentos. O primeiro é marcado 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 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 a 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 em 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 o cidadão comum pode agir ativamente, interferindo no processo de produção e difusão da informação.

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 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 todos 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, multimídia 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, como sinaliza Soster (2009) e Mielniczuk (2003), 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 por meio do fac-símile, como nos mostra Stephens (1988).

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, como explicam Barbosa (2009) e Silva (2013), 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, segundo Borges (2015), 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.

## **Jornalismo hiperlocal: tecnologias móveis no jornalismo**

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 (2013) fez um levantamento desses conceitos acrescentando as ideias de jornalismo de bolso (acentua o uso do celular e câmeras portáteis), 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 monitorado por controle remoto).

Todas essas 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 Borges (2015). Em sua pesquisa de doutorado, Borges 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.

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 (2013) 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. 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*.

### ***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 sistema de comunicação com sede no Recife. Conceitualmente, tratava-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 pelo *PorAqui* 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. O *PorAqui* chegou a ter 11 estações que entraram em funcionamento nestas localidades: 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.

A produção de matérias era feita por nove jornalistas fixos, chamados de contedistas, que coordenavam a curadoria de uma rede de colaboradores locais, remunerados por história. Os leitores contribuíam com textos, fotos, sugestão de pautas e denúncias. Todo o conteúdo publicado era antes checado e editado pela equipe. Nesses casos, jornalistas e usuários faziam uso de dispositivos móveis para desenvolvimento dos conteúdos. As fotos eram tiradas a partir de *smartphones* e em muitos casos os textos eram desenvolvidos em aplicativos dos próprios celulares, que eram usados para enviar para o *PorAqui*. As matérias eram editadas e postadas pelos contedistas, muitas vezes, também através de *smartphones*.

É preciso ressaltar aqui o papel do repórter-amador, do cidadão, colaborador na produção da notícia do *PorAqui* sugerindo pauta, texto e imagem. Eles não eram

provocados pelo *PorAqui*, mas faziam isso voluntariamente. Assim, 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, pela participação do cidadão no processo de construção dos conteúdos.

O reflexo disso era o tipo de notícias publicadas, que iam de um cachorro perdido, em Setúbal, a uma crítica sobre um restaurante no Espinheiro, mas também passava pela história de um barbeiro, de 91 anos, de Jardim São Paulo. Esses foram alguns dos assuntos hiperlocais, de interesse específico a bairros da RMR que o *PorAqui* reuniu para os leitores pernambucanos. Dentro de cada estação, as notícias eram divididas em categorias (Cotidiano, Diversão, Comer & Beber, Empreendedorismo, Bem-estar, Agenda).

O aplicativo do *PorAqui* permitia acompanhar as notícias na página inicial, histórias mais recentes ou ir diretamente para as estações com informações específicas das localidades de interesse do leitor. O uso de *tags* (etiquetas) ajudava a identificar facilmente de qual região vinham as informações de determinada notícia publicada. Por exemplo, na matéria intitulada “O passado nada fácil da coreana por trás das delícias do Burgogui”, publicada na página inicial, havia sinalização indicando que o conteúdo pertencia à estação Aflitos/Espinheiro. Do mesmo modo, quando se clicava em Comer & Beber, a reportagem sobre o restaurante Burgogui aparecia, indicando um fluxo circular da informação.

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 por que 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 a figura do repórter-amador se torna relevante, pois é ele que vive o cotidiano das localidades e produz por si só conteúdos textuais e imagéticos como acontecia no portal *PorAqui*.

Por contemplar essas pautas mais locais, que muitas vezes não têm espaço nas agendas da grande imprensa, é que iniciativas como a do *PorAqui* atuam na contramão do que é notícia para os conglomerados de comunicação. Com uma rede de conteúdo hiperlocal, passa a ser fonte confiável de informações do interesse de moradores de localidades específicas. O *PorAqui* focava no micro para pensar no que mais causava impacto no cotidiano de seus usuários. O conteúdo hiperlocal que a plataforma oferecia preencheu uma demanda crescente tanto de leitores quanto de produtores de conteúdo, que antes só podiam postar informações específicas sobre suas localidades nas redes sociais sem, contudo, dirigir-se ao público dos bairros como o aplicativo fazia.

## 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, podendo-se buscar informação em qualquer lugar por meio dos acessos que são abertos pela conexão em rede.

O *PorAqui* constituiu, como foi observado, uma iniciativa de jornalismo colaborativo, hiperlocal e móvel na medida em que contava com a produção de conteúdos por repórteres-amadores, que fizeram uso de dispositivos móveis na coleta de informações indicando assuntos hiperlocais, de interesse a um público que morava, trabalhava ou estudava na região coberta em uma das estações disponíveis no aplicativo. O projeto, contudo, foi descontinuado em 2019 sem maiores explicações. O que pode indicar para a inviabilidade econômica do jornalismo hiperlocal.

Em nosso artigo, percebemos que, os cidadãos que produziam informações para o *PorAqui* o fizeram no seu tempo livre, sem compromisso com os valores e as rotinas do jornalismo. Isso gera certa tensão no campo do jornalismo, pois o repórter-amador não possui uma formação específica que o faça dominar as técnicas jornalísticas. 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 bibliográficas

BARBOSA, S. 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, S. **O repórter-amador**. Recife: Cepe, 2015.

CARVALHO, J. M. de; CARVALHO, A. **Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade.** In: BRONOSKY, M. E.; CARVALHO, J. M. de (Orgs.). *Jornalismo e convergência.* São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

FECHINE, Y et al. 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, p. 19-60, 2013.

JENKINS, H. **A cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H. **Spreadable Media.** New York: New York University Press, 2013. 349 p.

LÉVY, P. O ciberespaço como um passo metaevolutivo. *FAMECOS*, n.13, dez, 2000.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker editores, 2002.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2003. Disponível em: <[http://www.facom.ufba.br/jol/producao\\_teses.htm](http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm)>. Acesso em: novembro de 2017.

PELLANDA, E. Reflexões sobre o Projeto Locast como experimento de plataforma móvel social. INTERCOM. Caxias do Sul, 2010.

PRIMO, A. 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 CD-ROM.

SILVA, F. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo.** 2013. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em nov/2017.

SOSTER, D. Modelo para análise do jornalismo midiaticizado. In: **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma.** SOSTER, D. de A. e SILVA, F. F. (org.). Santa Cruz do Sul: EDUNISC, p. 120-140, 2009.

STEPHENS, M. *A history of News - from the drum to the satellite.* New York: Penguin, 1988.

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