



Narrativas jornalísticas em dispositivos móveis: apropriações da colaboração de usuários para o desenvolvimento do jornalismo hiperlocal no perfil JC Trânsito¹

Karolina de Almeida Calado²

Resumo:

O presente artigo aborda a construção de narrativas durante o processo colaborativo de usuários no Twitter do perfil JC Trânsito, por meio de diferentes dispositivos móveis. Essas narrativas se concretizam em uma sequencialidade informativa, seja através do diálogo na forma do recurso (*reply*), *retweets* ou pela lógica hipertextual que permite em 140 caracteres a divulgação de links para fotos, vídeos, mapas e notícias em sites e blogs. O trabalho problematiza até que ponto pode-se dizer que a colaboração por meio de dispositivos móveis possibilitam a formação de narrativas noticiosas e o desenvolvimento do jornalismo hiperlocal. Para tanto, foi realizada uma análise de *tweets* e *retweets* presentes no perfil em junho de 2011 e julho de 2012.

Palavras-chave: narrativas; jornalismo hiperlocal; JC Trânsito³; colaboração; dispositivos móveis.

1. Introdução

O crescimento da popularização dos dispositivos móveis e sua possibilidade de acesso à internet têm produzido novos hábitos nos consumidores de notícias, entre os quais, a necessidade de criar suas próprias histórias. Pessoas dos mais distintos lugares possíveis produzem informações e as compartilham nas redes sociais. Paralelo a esse contexto, os veículos de comunicação têm se apropriado desses conteúdos, não apenas como uma simples abertura para a participação da audiência, no sentido de estabelecer um processo comunicativo, literalmente; mas por que os usuários buscam a interação, e por que não há como competir com as informações que partem dos mesmos. De acordo com o Balanço Huawei de Banda Larga⁴, com participação da Teleco, pesquisa realizada em 2012, as conexões móveis no Brasil chegaram aos 65,7 milhões.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE), e-mail: karolina.calado@gmail.com

³ Perfil do JC Trânsito no Twitter. Disponível em: < <https://twitter.com/jctransito> > Acesso em 26 de abril de 2013.

⁴ Crescimento da internet móvel. Disponível em: <

http://www.observatoriadaimprensa.com.br/news/view/_ed742_internet_movel_cresceu_59_em_2012 > Acesso em 16 de abril de 2013.



O acesso à internet e a facilidade de interagir com diferentes aplicativos têm possibilitado o desenvolvimento do jornalismo móvel e do jornalismo hiperlocal, nos quais, respectivamente, os jornalistas fazem coberturas dos mais distintos lugares possíveis por meio de dispositivos móveis; e os usuários colaboram com informações, a partir do momento em que presenciam, fotografam ou filmam tragédias, enchentes ou mesmo a situação do trânsito nas grandes cidades. Um exemplo é o programa TV Jornal Meio Dia, de Recife, que utiliza informações enviadas por usuários por meio do perfil JC Trânsito sobre a situação do trânsito em Recife e região metropolitana.

O perfil JC Trânsito e seus usuários possuem um objetivo comum: receber o maior número de informações possíveis sobre o trânsito na região metropolitana do Recife, o que remete a ideia do jornalismo hiperlocal (ZAGO, 2009), a partir do qual é importante segmentar a informação de forma a deixá-la restrita apenas a pequenos grupos. A possibilidade de estar conectado à internet não mais se restringe ao fato de querer se “conectar ao mundo”, mas também permanecer informados sobre acontecimentos de sua localidade, do bairro, da rua ou do trajeto que irá percorrer para se chegar a um determinado local. Portanto, a mobilidade ao mesmo tempo em que inclui as pessoas por meios dos dispositivos, deixando-as mais globais, serve também para deixá-las mais locais (HALL, 1999).

Diante desse cenário, esse artigo objetiva investigar a construção de narrativas no perfil JC Trânsito a partir da colaboração dos usuários via dispositivos móveis. Dessa forma, foi necessário: identificar de forma quantitativa a frequência da colaboração dos usuários no JC Trânsito; observar de que maneira o perfil estudado difunde as informações emitidas por seus usuários; além de perceber quais eram os recursos multimídia e os dispositivos utilizados pelos usuários no processo de participação.

O monitoramento para coleta de dados foi realizado em junho de 2011 e julho de 2012, durante 10 dias de cada mês, períodos em que foi possível analisar 2.209 *tweets* ou *retweets* do perfil. Durante a análise, procurou-se identificar: o número de *retweets*; os aplicativos ou dispositivos móveis através dos quais os usuários emitiam seus conteúdos; além de investigar se as informações estavam acompanhadas de vídeos, fotos e links. A pesquisa possui um caráter descritivo, na qual se utilizou os seguintes instrumentos: observação, análise de conteúdo e revisão de literatura.

2. As narrativas jornalísticas no Twitter

As informações disponibilizadas por meio do Twitter podem ser consideradas narrativas no momento em que têm a capacidade de construir uma notícia e preencher as lacunas de conteúdos ausentes inerentes ao meio online. Essa construção pode ser realizada por meio da colaboração. Vale ressaltar que através do recurso *hashtag* é possível visualizar o que outras pessoas estão comentando sobre o assunto, seja ele um evento, acontecimento ou mesmo informações sobre a situação no trânsito. Portanto, pode haver a partir daí uma sucessão de informações que vão se complementando e construindo em tempo real, inclusive, uma grande narrativa.

Ao restringir a narrativa para o campo do jornalismo, o autor Luiz Gonzaga Motta (2004, p. 34) afirma que o sentido da narrativa se concretiza a partir do momento em que se tem um contínuo de informações, que vão preenchendo a notícia e fazendo-a permanecer no imaginário do povo, inclusive por meio da repetição de conteúdos. Assim, de maneira temporal, uma sequência de fatos vai construindo uma história com começo, meio e fim, narrador, personagens e, até mesmo, a ficção; porque, após uma informação ser divulgada, não se tem o controle de sua interpretação pela recepção. Para Díaz-Noci (2011), a narrativa no jornalismo nem sempre tem um fim quando os indivíduos abandonam o interesse pelo assunto. Ele ainda acrescenta que na web há uma busca incessante pela não periodicidade, mas que os hiperlinks possibilitam a estrutura multimodal da narrativa, permitindo buscas na base de dados por histórias posteriormente lembradas.

Ou seja, é na observação da sequência de notícias que compõem uma cobertura jornalística que se pode observar a conformação de um enredo que compõe então uma história completa. Observado em seu encadeamento, o conjunto das notícias formará uma sequência de ações que transformam e modificam no transcorrer do tempo o estado inicial das coisas (MOTTA, 2004, 36).

Ao discutir os diferentes tipos de imagens como construções narrativas no webjornalismo, Raquel Longhi (2011, p. 793) enfatiza o quanto a forma de contar história no jornalismo está relacionado à técnica da narrativa.

O estudo realizado pelas pesquisadoras Zago e Recuero (2011, p. 255), sobre perfis de jornalistas, empresas jornalísticas ou conteúdos do universo jornalístico, identificou uma modalidade de informação presentes nos *tweets* a qual a denominaram de “notícia curta”, essa por sua vez, é caracterizada por disponibilizar informações completas com 140 caracteres. Há também a possibilidade de complementar a informação com link, foto ou vídeo.



A relativa superficialidade das informações distribuídas pelo Twitter (notícias com 140 caracteres) pode ser compensada pela utilização de links, que mobilizam a característica da hipertextualidade do webjornalismo (MIELNICZUK, 2003), relacionando a manchete ou notícia curta a outros textos que complementam a informação através de links. (ZAGO; RECUERO, 2011, p. 261)

Para Larrondo, Barbosa e Mielniczuk (2008, p. 8), as novas configurações no consumo, circulação e produção da informação requer reconfigurações para se chegar à evolução da estrutura comunicacional na web, ou seja, ao estágio da quarta geração. Elas acrescentam ainda que a base de dados estabelece um novo processo de convergência e novos formatos narrativos.

Já há alguns anos, autores alertam sobre a necessidade de gerar novas formas narrativas (RIBAS, 2005), alterando a estrutura de informação elaborada para ser disponibilizada na rede. A estrutura hipertextual do texto, a convergência dos suportes e o desenvolvimento de soluções tecnológicas provocam a redefinição das bases sobre as quais se estruturam os gêneros jornalísticos habituais. Todas estas condições provocam mudanças na produção e na criação de informação para a rede e, conseqüentemente também nos gêneros que moldaram o discurso jornalístico de acordo com os suportes tradicionais. (LARRONDO; MIELNICZUK; BARBOSA, 2008, p. 8).

As autoras comentam ainda que, mesmo com a possibilidade de transformar a forma como se estrutura uma notícia diante da lógica hipertextual, mesmo que haja a necessidade de denominar novos gêneros, é possível que a essência do processo informativo permaneça.

2.1 O jornalismo hiperlocal e a participação dos internautas por meio dos dispositivos móveis

O papel das redes sociais na internet tem sido discutido por diferentes áreas do conhecimento, dentre as quais: a comunicação. Nela, diferentes discussões sobre a apropriação do conteúdo dos usuários por parte dos veículos de comunicação têm dividido os pesquisadores. Há os que exaltam o poder das redes sociais de tornarem possível um diálogo no âmbito comunicacional, bem como, há os que acham abusiva a forma como os canais utilizam a produção do usuário muitas vezes modificando-a e reproduzindo-a, mesmo quando o usuário está de acordo. Independente do uso que se faz da produção colaborativa do usuário, o fato é que a lógica entre emissor e receptor tem sido modificada; a ponto de se reservar um



espaço na programação desses grandes veículos para divulgação de informações oriundas de usuários, quando essas são de interesse público.

A referida colaboração por meio de dispositivos móveis é abordada pela pesquisadora Gabriela Zago (2010), quando enfatiza que uma série de acontecimentos tem mudado a forma como as pessoas produzem e consomem informações no Twitter. De maneira específica, ela discute o compartilhamento de informações locais, denominando esse processo de jornalismo hiperlocal: "Embora não haja uma definição oficial para a espécie, em linhas gerais, o jornalismo hiperlocal diz respeito à produção de conteúdos jornalísticos específicos sobre uma determinada localidade" (ZAGO, 2010, p. 4). Portanto, parte dos usuários desejam se informar sobre assuntos específicos, a exemplo de buracos nas ruas, trânsito, eventos culturais, entre outros.

Para Lemos (2009), as redes sociais e tecnologias vão além da troca de informação por interesses comuns e passa a ser um ambiente de conversação, e essa também inclui a troca de vídeos, fotos, mapas, entre outros. "A dimensão hiperlocal no jornalismo (já que ele é sempre local), refere-se, em primeiro lugar, às informações que são oferecidas em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, etc.) e, em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação" (LEMOS, *op.cit.*, p. 12).

Em diversos lugares as pessoas participam em tempo real, colaborando por meio de seus dispositivos móveis, mostrando acontecimentos factuais, complementando a informação através de links, vídeos ou fotos; tudo isso graças a convergência tecnológica e suas funções multimídia. Tais funções, numa lógica de base de dados, permite buscar, produzir e armazenar informações. Segundo Canclini (2008), o aspecto multimodal das mídias locativas permite reunir diversas ações anteriormente separadas, entre as funções de agendar, telefonar, fotografar e receber informações atuais, por essas mídias possuírem um caráter multimídia. "Nem os hábitos atuais dos leitores-espectadores-internautas, nem a fusão de empresas que antes produziam em separado cada tipo de mensagem, permitem agora conceber como ilhas isoladas os textos, as imagens e sua digitalização" (CANCLINI, 2008, p. 34).

O professor José Carlos Ribeiro (2001) ressalta a relevância da criação e do aperfeiçoamento de softwares para proporcionar a referida colaboração.

A crescente sofisticação dos softwares, desenvolvidos para a troca de informações entre os usuários da rede, possibilitou a escalada para o alcance das interações em tempo-real. Com a implementação de tais programas (IRC, MUD, MOO, WEBCHAT), os navegantes tiveram a facilidade de se comunicar com os demais participantes de forma instantânea, transformando assim o ciberespaço em um espaço contextual comum de construção de novas formas de sociabilidade. (RIBEIRO, op.cit., p.142)

O Twitter é um exemplo de rede social que coloca as pessoas em contato com o outro e permite uma colaboração por todos.

2.2 Mudanças culturais reorientam o consumo e produção de conteúdos

A partir do momento em que mídias tradicionais e novas se unem para produzir diferentes tipos de conteúdo, integrando-se, abrindo espaço para colaboração do usuário; percebe-se um novo olhar em relação à comunicação. Novas estratégias surgem para atrair o leitor e fazê-lo participar dos mais diferentes tipos de comunidades (JENKINS, 2009).

A importância dada às informações postadas por usuários tem crescido cada vez mais, provocando preocupações em torno das redes sociais, por serem constantemente utilizadas não apenas como provocação para elaboração de uma pauta ou possibilidade de contato com assessores de imprensa, mas como fonte de informações a partir de declarações postadas por celebridades ou por simples personagens no Twitter e Facebook. Questões éticas e jurídicas a parte, de fato a apropriação de conteúdo do usuário na internet mudou a interação entre as pessoas e interferiu na maneira de agir dos veículos de comunicação e seus profissionais. Pollyana Ferrari (2010) ressaltou que o sujeito passa de coletivo para conectivo. “O jornalismo vem sofrendo os impactos provocados pela utilização das NTC (Novas Tecnologias de Comunicação), como também o leitor, já que estamos mudando nosso modo de pensar e se relacionar com o mundo” (p. 23).

O valor atribuído ao que o usuário comenta, publica e produz dá margem a ideia de descentralização do eixo da cadeia produtiva dos bens de consumo culturais e, conseqüentemente, da cadeia produtiva da notícia. A partir do momento em que a sociedade muda, as instituições presentes nela, também são direcionadas às transformações. Essa reflexão vai ao encontro da discussão de Castells (2000), o qual enfatiza como os novos comportamentos sociais e as novidades tecnológicas surgem também devido às necessidades da sociedade. Para Castells (2000), o presente é de revolução da tecnologia da informação. Nessa revolução, os indivíduos se tornam produtores de conteúdos e se movimentam de forma



a criar processos sociais a serem desenvolvidos (p. 69). A vida nessa sociedade passa do valor material para o informacional. Nesse momento, a informação ganha um valor incomensurável. Diante dessa perspectiva, as mudanças ocorrem de forma muito rápidas, diferentemente de outras revoluções como a industrial no século XVIII. Para ilustrar um exemplo de tipos de acontecimentos que alteraram a forma de se comunicar, tem-se o exemplo do aperfeiçoamento do correio (FRANCISCATO, 2009), ou mais especificamente da técnica postal e a possibilidade dos indivíduos se comunicarem, a partir do século XVII (LÉVY, 1999, p. 124).

Os processos sociais vão sendo apropriados pelos grupos e criando novos estilos de vida na sociedade. Diferentes hábitos vão estimulando novas formas de consumo e produção para assim construir novas identidades. Chamando esse cenário de modernidade tardia, Giddens (2002) elabora algumas indagações entre as quais os indivíduos se deparam: “O que fazer? Como agir? Quem ser? São perguntas centrais para quem vive nas circunstâncias da modernidade tardia — e perguntas que, num ou noutro nível, todos respondemos, seja discursivamente, seja no comportamento no dia-a-dia” (GIDDENS, 2002, p. 70).

Segundo Giddens (2002), as pessoas adotam determinados estilos de vida dentro de uma multiplicidade de escolhas possíveis, mas ele alerta que a pluralidade de opções não está disponível para todos de forma igualitária e que as variações disponíveis nos estilos de vida muitas vezes reforçam a estratificação. O autor enfatiza que tais estilos se relacionam com o trabalho, com os modos de agir e com a reconfiguração dos indivíduos a partir da rotina nesse ambiente.

Pensa-se muitas vezes que a noção de estilo de vida só se aplica especificamente à área do consumo. É verdade que a esfera do trabalho é dominada pela compulsão econômica e que estilos de comportamento no local do trabalho estão menos sujeitos ao controle do indivíduo do que em contextos extratrabalho. Mas embora esses contrastes claramente existam, seria incorreto supor que o estilo de vida só diz respeito a atividades extratrabalho. O trabalho condiciona fortemente as oportunidades de vida no sentido de Weber, e oportunidades de vida por sua vez é um conceito que deve ser entendido em termos da disponibilidade de estilos de vida potenciais. (GIDDENS, op. cit., p. 80)

O uso de diferentes aplicativos da web 2.0 para coberturas por parte das mídias conhecidas como tradicionais é, de acordo com Fernando Silva (2009), resultado de uma interação entre mídias tradicionais e pós-massivas. Para Henry Jenkins (2009), é um processo cultural convergente. São novas estratégias de comunicação e publicidade, para novos tipos de públicos, inclusive, segmentados. O autor Jenkins (2009) demonstra essa personalização do



público ao explicar diferentes tipos de comunidades criadas sobre produtos como *reality show*, séries, livros, etc, no intuito de estimular a colaboração para se conseguir monitorar os gostos dos fãs e assim aumentar audiência e lucros a partir da oferta de distintos materiais multimídia.

3. Aspectos metodológicos

De caráter descritivo, a pesquisa se desenvolveu a partir do modelo teórico-empírica (OLIVEIRA, 2008, p. 50), pois além da revisão de literatura para contextualizar e, assim, proporcionar um embasamento à pesquisa, houve também a necessidade de lançar mão da observação e análise de conteúdo. Foi necessária a utilização da observação para coletar os dados durante 20 dias, nos períodos de 21 a 30 de junho de 2011 e de 10 a 19 de julho de 2012. Nos quais, foram analisados 2.209 *tweets* ou *retweets* do perfil JC Trânsito, utilizando como procedimento técnico a abordagem quantitativa para se ter uma noção do número de *tweets*.

A pesquisa também possui uma abordagem qualitativa tendo em vista a necessidade de investigar o tipo de informação presente nos *tweets* e por quais dispositivos ou aplicativos os mesmos foram enviados.

Como categorias de análise, denominaram-se: a primeira de assunto das informações emitidas, a segunda de plataforma de emissão, e a terceira de circulação da informação. Numa planilha de Excel, colocou-se cada informação dessas para análise qualitativa do que se tratava o conteúdo e análise quantitativa dos *dispositivos* e *retweets*.

Para coleta de dados, foi realizado um monitoramento durante os períodos indicados acima. Na versão antiga do Twitter era possível visualizar além do *tweet*, por qual plataforma o usuário havia enviado a informação e quantas vezes a mesma tinha sido replicada ou *retweetada*. Na nova versão do Twitter não é possível ver a plataforma e só se pode ver o número de *retweets* ao clicar no *tweet*.

No período de 2012, constatou-se o uso das *tweets* emitidos pelos usuários a partir da observação do programa TV Jornal Meio Dia, de Recife.



4. O perfil JC Trânsito

O jornalismo hiperlocal ganhou espaço em termos de circulação de conteúdos por meio do Twitter. No caso do perfil JC Trânsito, as pessoas o utilizam para compartilhar informações locais, conforme comentado anteriormente. Ao usar tais informações na grade de programação dos veículos, essas instituições corrobora o crescimento da importância das redes sociais na comunicação. Essas, por sua vez, não apenas são veiculadas no perfil JC Trânsito, como são ainda divulgadas no programa TV Jornal Meio Dia pertencente ao SJCC⁵, no qual a âncora Graça Araújo menciona de onde partiu essas informações. De acordo com Fernando Silva (2009), o Sistema Jornal do Comercio de Comunicação tem usado os recursos disponíveis no mercado para produzir diferentes tipos de informação.

Tanto a rede de televisão local, a TV Jornal, quanto o portal JC Online, vêm se configurando com a prática enquadrada na modalidade de jornalismo móvel através da criação de formatos de notícias que integram à cobertura ao vivo com plataformas móveis como celulares e notebooks, além de aplicativos da Web 2.0 como o sistema de microblog Twitter, a rede social de imagens Flickr⁹¹, Cover It Live e o Qik para transmissões ao vivo (...) Por sua vez, a TV Jornal foi a primeira emissora de televisão do país a utilizar a tecnologia 3G em novembro de 2007 a partir do projeto Notícia Celular, no qual oito repórteres e cinegrafistas gravavam vídeos em celulares de 5 megapixels de situações inusitadas como incêndios, conflitos, acidentes e transmitiam à emissora dentro da proposta de notícia instantânea e ubíqua. (SILVA, 2009, p. 79-80)

O trânsito caótico é um problema que aflige grandes cidades do Brasil. Segundo uma pesquisa⁶ do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), divulgada em maio de 2011, 43,5% dos motoristas no país afirmam enfrentar congestionamentos. A mesma foi realizada em todas as regiões metropolitanas do país, com pessoas de 146 municípios. Isso demonstra a relevância de se ter um canal como o JC Trânsito no Twitter, a fim de permitir um melhor direcionamento às pessoas que utilizam vias que congestionam com frequência.

⁵ Sistema Jornal do Comercio de Comunicação (SJCC) inclui veículos de comunicação como a TV Jornal, Rádio Jornal AM, Rádio JC/CBN Recife. O mesmo é dirigido pelo empresário João Carlos Paes Mendonça.

⁶ Pesquisa sobre trânsito nas cidades brasileiras. Disponível em: < [HYPERLINK](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8432&Itemid=75) "http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8432&Itemid=75" http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8432&Itemid=75 > Acesso em 20 de julho de 2011.

4.1 Assunto das informações emitidas

Comunicar fatos de interesse público é um dos pilares da missão do jornalismo. De forma constante, pessoas comuns da sociedade também têm colaborado com esta missão, contribuindo com informações relevantes, inclusive em um âmbito menor, para a comunidade local.

Dentre as principais informações veiculadas no perfil, pode-se citar: a situação de engarrafamento no trânsito (perguntas, respostas ou notícias); críticas aos possíveis motivos do “caos” no trânsito; sobre acidentes no trânsito; sobre alagamentos ou chuvas; sobre acontecimentos que podem provocar lentidão no trânsito, a exemplo de animais soltos nas rodovias, caminhões parados, etc; conscientização sobre educação no trânsito e sobre a sugestão de mapas para se chegar a algum destino desejado.

Há algumas diferenças no conteúdo entre 2011 e 2012. Em junho de 2011, o JC Trânsito emitia *tweets* para fazer propaganda da programação do rádio do veículo; para falar sobre outros canais de interatividade utilizados pelo veículo. O perfil emitia *tweet* também para conversar com internautas que estavam informando, bem como, para fazer um balanço diário, pela manhã, sobre o número de acidentes no trânsito, informando sobre quantas pessoas foram feridas e quantos veículos foram envolvidos. Tais dados eram fornecidos pela Polícia Rodoviária Federal. O restante das informações eram *retweets*, conforme gráfico 1, de pessoas que participavam, inclusive, boa parte delas, de forma contínua. Percebeu-se que existiam pessoas distintas que emitiam de 2 até 12 *tweets* no período.

Quadro 1: Propaganda da programação do veículo

Siga tb nas férias no twitter: @praconversarcom o âncora do CBN Recife, Mário Neto. Informações variadas e atuais! Multiplique esta idéia! 30 de junho de 2011 20h16min6s via web

Fonte: reproduzido pela autora com base nas informações obtidas no perfil.

Atualmente, vê-se uma maior quantidade de *tweets* emitidos pelo perfil, como exemplo ilustrativo, pode-se visualizar o quadro 2.

O veículo divulga informações oriundas dos usuários; das câmeras espalhadas no Recife e região metropolitana da CTTU (Companhia de Trânsito e Transporte Urbano) ou de



fontes oficiais. Há também um grande número de *retweets* dessas informações enviadas pelos usuários.

Quadro 2: Interação do veículo com o usuário a partir da informação enviada

Às 13h08 Trânsito lento na Cosme Viana em Afogados. Caiu uma árvore que atravessa quase toda a pista. (via @gleydsonfonseca)

Fechar Responder Retweetar Favorito

9:08 Manhã - 13 Jul 12 via web ·

Fonte: reproduzido pela autora com base nas informações obtidas no perfil.

4.2 Plataformas de emissão

As pessoas informam com os mais variados tipos de dispositivos móveis. Nos dados coletados em junho de 2011, de 621 *tweets*, percebeu-se que 418 partiram de aplicativos de celulares, *tablets* ou web móvel. Na pesquisa de julho do presente ano, 1091 *tweets* foram enviados por esses dispositivos. Essas informações partem de pessoas que estão passando pelas avenidas, rodovias e ruas. Elas gravam trechos congestionados, fotografam e ainda utilizam o *Google Maps* para sugerir como se chegar a um destino. Percebe-se, desta forma, o quanto esses dispositivos são relevantes para a evolução do que se denomina por jornalismo hiperlocal.

A ubiquidade de informações são potencializadas por esses dispositivos móveis, o que mostra cada vez mais a importância dos veículos se unirem aos usuários para informar assuntos mais diversificados e democráticos. Em um texto⁷ para o site do Centro Knight para o Jornalismo nas Américas sobre o jornalismo móvel no Simpósio Internacional de Jornalismo Online (ISOJ), Daniel Guerra enfatiza que a estratégia desse tipo de jornalismo deve ser: fornecer mecanismos capazes de possibilitar aos usuários a criação e o compartilhamento das próprias histórias.

⁷ Texto de Daniel Guerra sobre as tendências do jornalismo móvel. Disponível em: < <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-13647-isoj-futuro-do-jornalismo-movel-e-deixar-o-publico-criar-conteudo> > Acesso em 24 de abril de 2013.

4.3 Circulação da informação

A circulação de conteúdos a partir do perfil JC Trânsito é constante. As pessoas além de emitirem informações fazem com que estas sejam multiplicadas e, assim, atinjam um maior número de audiência por meio do *retweet*, conforme quadro 3.

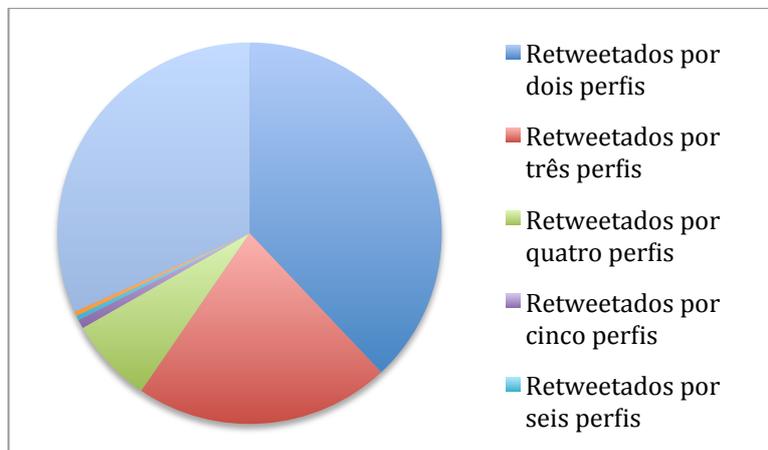
Quadro 3: Informação *retweetada* pelo JC e por mais um usuário

Trânsito lento na PE-15, em Olinda, sentido Recife. Velocidade não passa dos 20 km/h. Quem puder evite! @jctransito
30 de junho de 2011 18h23min50s via Mobile Web
Retweeted by jctransito and 1 other

Fonte: reproduzido pela autora com base nas informações obtidas no perfil.

Atingindo um grande público, essas informações são úteis no sentido de evitar que as pessoas passem por vias congestionadas, alagadas, etc. Em sua maioria, os *tweets* são *retweetados* por mais de um perfil, de acordo com o gráfico 1.

Gráfico 1: Informações *retweetadas* pelo perfil somadas a outros perfis.



Fonte: produzido pela autora com base nas informações obtidas nos *tweets* e *retweets* do perfil.

Além do perfil no Twitter e da editoria⁸, há também um perfil no Facebook⁹. O perfil JC Trânsito no Twitter faz propaganda do perfil no Facebook e solicita que as pessoas enviem

⁸ Editoria “De Olho no Trânsito”. Disponível em: < <http://jconlineblogs.ne10.uol.com.br/deolhonotransito/> > Acesso em 26 de abril de 2013.

⁹ Perfil JC Trânsito no Facebook. Disponível em: < <http://pt-br.facebook.com/JCTransito> > Acesso em 10 de julho de 2012.



fotos ou vídeos para complementar a informação. Até o momento, o perfil no Twitter possui 29.062 seguidores.

Conclusão

A análise contemplou a necessidade de explorar o processo de colaboração da informação no perfil JC Trânsito, bem como, confirmar o processo de construção de narrativas que possuem um cunho jornalístico a partir dos dispositivos móveis.

Percebeu-se que há uma participação crescente no perfil JC Trânsito por parte dos usuários, os quais utilizam os diversos dispositivos móveis para informar ou mesmo para conversar sobre como anda o trânsito. Viu-se que o sentido do próprio canal é justamente a colaboração dos usuários, pois eles estão circulando pelas vias com seus dispositivos, utilizando as mais diversas formas de ilustrar suas informações.

Esses conteúdos ao serem difundidos e multiplicados no âmbito local contribuem para deixar as pessoas informadas sobre fatos de seus interesses. De forma específica, desenvolvem o jornalismo hiperlocal. Tais formas de comunicação devem ser consideradas no jornalismo, porque desenvolvem uma discussão sobre os novos formatos a serem agregados no processo de produção e circulação da notícia.

O jornalismo para continuar exercendo sua função de noticiar fatos de interesse público, na sociedade pós-massiva, é interessante que lance mão de tais produções ou conversações.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade Em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente – Como o Jornalismo Reformulou a Experiência do Tempo nas Sociedades Ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

FIRMINO, Fernando. Tecnologias Móveis como Plataformas de Produção no Jornalismo. IN: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio. **Comunicação e Mobilidade: Aspectos Socioculturais das Tecnologias Móveis de Comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009. cap. 5. p. 69-88.



JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428p.

LARRONDO, Ainarra; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana. **Narrativa jornalística e base de dados: discussão preliminar sobre gêneros textuais no ciberjornalismo de quarta geração**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 6., 2008, São Bernardo do Campo: Anais... São Bernardo do Campo: Umesp, 2008. p. 1-13. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kingghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/coordenada8lucianamielniczuk.pdf> > Acesso em 28 de junho de 2012.

LE MOS, André. **Nova Esfera Conversacional**. In Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al, **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, p. 9 – 30. Disponível em: < <http://www.andrelemos.info/artigos/NovaEsferaConversacional.pdf> > Acesso em 31 de julho de 2011.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo; Ed. 34, 1999. 264p.

LONGHI, Raquel. Slideshow como formato noticioso no webjornalismo. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 782-800, setembro/dezembro 2011. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/10384/7282> > Acesso em 10 de agosto de 2012.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

MOTTA, Luiz Gonzaga; COSTA, Gustavo Borges; LIMA, Jorge Augusto. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. In: **Revista Brasileira da Comunicação**. São Paulo, 2004, p. 31-50.

Noci, Javier Díaz. **Online News: Narrative, Hypertext and Interactivity. An Analysis of Internacional Media**. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2011.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como Fazer Projetos, Relatórios, Monografias, dissertações e teses**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008, 216p.

RIBEIRO, José Carlos Santos. **Um Breve Olhar Sobre a Sociabilidade no Ciberespaço**. In: LEMOS, André (Org.); PALÁCIOS, Marcos (Org.). **As Janelas do Ciberespaço**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2001. p. 140-151p.

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, p. 20-24, 2008. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4795/3599> > Acesso em 13 de junho de 2011.

ZAGO, Gabriela; RECUERO, Raquel. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do Twitter. In: SILVA, Gislene ... et al. (Org.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011. cap. 12. p. 243-266.

ZAGO, Gabriela. Informações Hiperlocais no Twitter: produção colaborativa e mobilidade. In: **Revista Ícone**. Recife, PE, v. 12, n. 2, p. 1-15, dez. 2010. Disponível em: < <http://www.icone-ppgcom.com.br/index.php/icone/article/viewFile/98/101> > Acesso em 03 de junho de 2012.

Crescimento da internet móvel. Disponível em: < http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed742_internet_movel_cresceu_59_em_2012 > Acesso em 16 de abril de 2013.

Editoria “De Olho no Trânsito”. Disponível em: < <http://jconlineblogs.ne10.uol.com.br/deolhonotransito/> > Acesso em 26 de abril de 2013.



Jornal do Commercio. Disponível em: < HYPERLINK

"http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal_do_Commercio_%28Recife%29"

http://pt.wikipedia.org/wiki/Jornal_do_Commercio_%28Recife%29 > Acesso em 10 de julho de 2010.

Perfil JC Trânsito no Facebook. Disponível em: < <http://pt-br.facebook.com/JCTransito> > Acesso em 10 de julho de 2012.

Pesquisa sobre trânsito nas cidades brasileiras. Disponível em: < HYPERLINK

"http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8432&Itemid=75"

http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=8432&Itemid=75 >

Acesso em 20 de julho de 2012.

Perfil do JC Trânsito no Twitter. Disponível em: < HYPERLINK "<http://twitter.com/#!/jctransito>"

<http://twitter.com/#!/jctransito> > Acesso em 21 de junho de 2011.

Texto de Daniel Guerra sobre as tendências do jornalismo móvel. Disponível em: <

<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-13647-isoj-futuro-do-jornalismo-movel-e-deixar-o-publico-criar-conteudo>

> Acesso em 24 de abril de 2013.