

**O DESAFIO DE RESGATAR O PROTAGONISMO DA POPULAÇÃO: JORNALISMO HIPERLOCAL NO BAIRRO DAS MALVINAS[[1]](#footnote-1)**

**Antonio Simões Menezes[[2]](#footnote-2); Eloyna Maria de Lira Alves[[3]](#footnote-3)**

**Resumo**

No mundo contemporâneo, parece já não ser suficiente dar apenas visibilidade para as histórias da comunidade. Os cidadãos deixam de ser só fonte de informação e querem participar de mais etapas da produção jornalística. Por isso, este artigo objetiva verificar se o site Malvinas Online conta com a contribuição da audiência na produção e circulação de conteúdo. A metodologia utilizada será o estudo de caso e o referencial teórico baseado em autores como Jenkins; Green; Ford (2014), Anderson; Bell; Shirky (2013). Ao final da pesquisa, percebe-se que a contribuição da audiência ainda é centralizada no campo das sugestões de pautas. O desafio, portanto, é fazer com que o convite à participação se dê de forma mais efetiva, de uma maneira que venha a propiciar o empoderamento da comunidade e da tomada de consciência do poder de representatividade que o Jornalismo Hiperlocal viabiliza.

**1 – Introdução**

Em uma contemporaneidade pós-digital (SANTAELLA, 2016), a ubiquidade passa a fazer parte do cotidiano de milhões de brasileiros. Praticamente em tempo real, as pessoas são convidadas a acompanhar as “últimas” e “mais importantes” notícias sobre o mundo, o Brasil, a sua região. No entanto, a mídia *mainstream*, apesar de bombardear sua audiência com notícias diariamente, não tem a intenção de fazer uma cobertura diuturna, sequer, de algumas comunidades que compõem uma capital, por exemplo. Dessa forma, resta aos agentes sociais de uma específica área geográfica a tarefa de noticiar o dia a dia ignorado pelos produtos jornalísticos de referência.

Este artigo, em parte uma síntese do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) defendido em dezembro de 2017, no curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, busca contribuir com o debate sobre o Jornalismo Hiperlocal, indo além do estudo preliminar, ao objetivar verificar se o site Malvinas Online[[4]](#footnote-4) convida sua audiência a contribuir na produção e circulação de conteúdo. A metodologia utilizada será estudo de caso e o referencial teórico baseado em autores como Jenkins; Green; Ford (2014), ANDERSON; BELL; SHIRKY (2013).

O Malvinas Online, por sua vez, é o primeiro site de bairro da Paraíba e tal pioneirismo foi um dos fatores preponderantes para ser escolhido como objeto de estudo. Lançado no dia 8 de outubro de 2016, nele são abordados temas sobre o cotidiano dos moradores do bairro das Malvinas, em Campina Grande. Os conteúdos publicados no Malvinas Online obedecem a escolhas compatíveis com as preferências de um público inicial, que seriam os moradores da localidade. No entanto, é necessário verificar se o Malvinas Online opera em uma lógica marcada pela parceria com a população local para produzir e circular conteúdo.

**2 – Audiência segmentada e empoderada**

Desde o início deste século, a internet é usada também para propagar bens digitais direcionados a nichos específicos em busca de conteúdo jornalístico. Algo que Anderson (2006) menciona como “*narrowcasting*”, que vem a se contrapor com o *broadcasting*, e “*mass customization*”, o qual designa personalização em massa. Gradativamente, essa segmentação tornou-se ainda mais comum à medida que diversos atores sociais tiveram acesso às variadas tecnologias digitais, caracterizadas por oferecer baixo custo de produção, aprendizado técnico praticamente intuitivo e com um público potencial que pode vir a ser cada vez mais personalizado.

Leitores, telespectadores e utilizadores são apresentados com uma caótica, mas altamente diversificada, experiência de notícias personalizadas. Há algo para todos, especificamente nos nichos. Por exemplo, acidentes de carro na Rússia, filmados por câmeras em milhões de carros, seguidamente, redistribuídos pelo YouTube. Ou consideremos um interesse ainda mais de nicho, como pilotos de um tipo especial (personalizado) de motos, apresentado num site como o BikeExif. O criador do site é um australiano, mas ele encontrou uma comunidade mundial de interessados. (LORENZ, 2014, p. 141)

Em várias circunstâncias, os produtores de conteúdo dividem o mesmo espaço geográfico no qual está inserido o seu público prioritário. É o caso, por exemplo, de experiências de jornalismo hiperlocal desenvolvido em bairros de cidades de distintas regiões brasileiras. À medida em que o público é segmentado, os conteúdos passam a ser pensados de forma que venham a corresponder às expectativas dos moradores desses espaços urbanos. Esse tipo de delimitação da audiência se revela como mais uma forma de personalização das narrativas, que possibilita experiências de consumo de informação particularizadas, conforme aponta Lorenz (2014).

Porém, não é suficiente apenas oferecer um conteúdo baseado no cotidiano da audiência e guiado por um crescente nível de conhecimento de suas preferências, as quais serão facilmente compiladas e sistematizadas por meio de técnicas de Big Data. É necessário desenvolver uma lógica de trabalho, que ultrapassa a perspectiva da audiência como mera receptora de narrativas, mais adequada ao cenário de “mídia propagável”. Essas novas rotinas produtivas estão em diálogo com o que vem a ser compreendido como jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY: 2013, p. 34). Este vai se caracterizar por uma reestruturação dos processos de produção de produtos jornalísticos baseada na apropriação de tecnologias digitais pelas empresas de comunicação, sejam elas hegemônicas ou não.

Ivana Bentes (2015) também destaca as transformações vivenciadas pelo capitalismo pós-industrial, as quais estão imbricadas com as rupturas experimentadas no campo da comunicação principalmente com o advento das tecnologias digitais. Ela acredita que o modelo fordista perde espaço na atual conjuntura e deixa de ser protagonista frente a emergência de uma produção de bens simbólicos elaborada por uma gama de atores sociais distintos, o que denomina como mídia-multidão. Porém, discorda do fim do modelo industrial na mídia.

Não que o modelo de produção fordista deixe de existir – o conceito de jornalismo pós-industrial proposto pelo Tow Center da Universidade de Columbia vai nessa direção – mas perde a centralidade com a disseminação das redes sociais, plataformas, dispositivos de publicação e difusão de conteúdos. (BENTES, 2015: p. 11).

Nesse novo ecossistema jornalístico, o velho paradigma amparado por uma ideia de emissor e receptor, tão caro ao jornalismo durante décadas do século passado, é superado. O acesso à internet e aos mais diversos dispositivos digitais, que permitem a produção, edição e publicação de informações, nos mais diferenciados formatos, por pessoas minimamente detentoras de conhecimentos de informática, contribuem para o processo de empoderamento do cidadão. “A adaptação a um mundo no qual o povo até então chamado de ‘audiência’ já não é mero leitor e telespectador, mas sim usuário e editor, vai exigir mudanças não só em táticas, mas também na concepção que o jornalismo tem de si” (ANDERSON; BELL; SHIRKY: 2013, p. 34).

Dessa forma, mecanismos mais sofisticados de diálogo com o público alvo, bem como de estímulo e gratificação para a participação dos usuários na elaboração e propagação de conteúdo, precisam ser estruturados por empresas jornalísticas hegemônicas. Obviamente, na maior parte dos casos, essa lógica também deve ser incorporada pelos agentes sociais que investem em jornalismo hiperlocal para dar visibilidade a uma determinada comunidade.

O crescimento da comunicação em rede, especialmente quando associada às práticas da cultura participativa, cria uma diversidade de novos recursos e facilita novas intervenções para uma variedade de grupos que há muito tempo lutam para se fazer ouvir. Novas plataformas criam aberturas para mudanças sociais, culturais, econômicas, legais e políticas, além de constituírem oportunidades para a diversidade e a democratização, pelas quais vale a pena lutar. (JENKINS; GREEN; FORD: 2014, p. 20-21).

Na concepção desses autores, os usuários são fundamentais, também, para a amplificação do conteúdo por meio do seu compartilhamento. “A ‘propagabilidade’ se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios” (JENKINS; GREEN; FORD: 2014, p. 26). Diante disso, cabe o questionamento: será que o Malvinas Online busca se adequar a essa cultura participativa e às lógicas do jornalismo pós-industrial e coloca a população como protagonista das suas narrativas? Afinal, a participação popular é chave no ecossistema midiático contemporâneo.

 “Irrumpen nuevos protagonistas, como los blogs, portales informativos sin vinculación a medios profesionales, redes sociales, etc. Algunos autores (BRUNS, 2005) han teorizado sobre un cambio de paradigma, del gatekeeper del poderoso periodista tradicional al gatewatching colectivo [...]”[[5]](#footnote-5) (MASIP; GUALLAR; PERRALTA; RUIZ; SUAU: 2017, p. 244).

Apesar de não ser uma tarefa fácil a adaptação a esse novo contexto vivenciado pelo jornalismo, haja vista que grandes empresas jornalísticas ainda não conseguiram se enquadrar à nova realidade, projetos como o Malvina Online têm em seu DNA a tentativa de oferecer visibilidade justamente para parcelas da população que são esquecidas pela mídia hegemônica. Em tese, teriam uma maior facilidade de fomentar o diálogo com as comunidades que pretendem manter informadas com conteúdos jornalísticos hiperlocais.

Uma das formas para criar e consolidar os vínculos com essas pessoas é torná-las participantes da produção e/ou da propagação das narrativas que são elaboradas pelo meio de comunicação. Na contemporaneidade, parece já não bastar apenas dar visibilidade para as histórias da comunidade, os cidadãos deixam de ser só fonte de informação e querem participar de mais etapas da produção jornalística.

**3 – Territorialidade em pauta**

O Jornalismo Hiperlocal é um dos protagonistas do empoderamento social, frente aos conglomerados midiáticos tradicionais. Ao analisar a dinâmica das mídias digitais nessa conjuntura global de produção, consumo e troca constante de informações, que permite a experimentação de novos mecanismos para se fazer jornalismo na internet, Martino (2015, p. 52) propõe a seguinte reflexão: “se a formação do ciberespaço acontece dentro de um contexto de globalização e hegemonia econômica, por outro lado, sua própria arquitetura abre espaços de resistências, diálogo e contra-hegemonia a partir da afirmação de grupos e identidades”.

Dessa forma, há a cristalização da quebra do monopólio de emissão (LEMOS; LÉVY, 2010) por parte da mídia hegemônica. Diversos agentes sociais se apropriam das tecnologias digitais para os mais diversos fins, que vão desde a produção de conteúdo voltado entretenimento até o engajamento político. Em comum, ambos parecem insatisfeitos com os produtos disponibilizados pela mídia hegemônica. No caso específico do jornalismo, várias experiências inovadoras, como Agência Pública, Agência Lupa, Catraca Livre, entre outras, surgiram para suprir demandas específicas de parcelas da população que não eram satisfatoriamente atendidas pela mídia *mainstream*.

O que mais nos deixa repletos de orgulho é que, por conta da insatisfação intensa com a mídia de massa, vemos emergir uma quantidade de novas mídias livres para suprir o que mais tememos faltar no jornalismo, quando o que deve ser dito e mostrado é acobertado. Esses novos espaços estão aí para realmente apontar, com visão crítica, o que a sociedade precisa saber e, a partir daí, com a ajuda dos acontecimentos destrinchados e contextualizados, poder tirar as próprias conclusões. (PRADO: 2015, p. 203)

É justamente essa abertura que possibilita ao jornalismo vislumbrar novas formas de atuação em distintos nichos. O Jornalismo Hiperlocal é uma dessas possibilidades de abertura, de resistência e de contraposição ao modelo tradicional de fazer jornalismo, que, ao apropriar-se do meio digital, pode ajudar a representar determinadas comunidades e suas respectivas idiossincrasias. Pode ir além da visão estereotipada, concebida pela mídia hegemônica, principalmente quando aborda as áreas periféricas das metrópoles brasileiras, ao apresentar, sim, seus problemas, mas, também, a cena cultural, esportiva e econômica de uma comunidade específica.

Assim, ao ir de encontro à linha editorial que visa abranger em um mesmo produto jornalístico o maior número de temas de interesse de públicos diversos e geograficamente dispersos, o Jornalismo Hiperlocal se lança como um tipo de prática jornalística que segmenta o direcionamento dos conteúdos para um contexto local, como o próprio nome já sugere. Através dele, constroem-se abordagens voltadas para a realidade de um grupo específico de pessoas, que tem como elemento identitário prioritário o pertencimento a uma determinada territorialidade.

Feito esse preâmbulo, torna-se necessário conceituar o que é o Jornalismo Hiperlocal e como ele vem sendo desenvolvido para melhor entendê-lo.

Embora não se tenha uma definição oficial, é possível, pois, em linhas gerais, caracterizar o Jornalismo Hiperlocal como uma modalidade de cobertura e produção jornalísticas de conteúdos sobre uma comunidade específica com vistas para o Jornalismo Colaborativo (quando a própria comunidade passa a participar do processo de construção desses conteúdos, a exemplo do que ocorre com Agência de Notícias das Favelas – ANF[2], no Rio de Janeiro). Esta modalidade permite, ainda, a experimentação dos recursos digitais que conciliam textos, produção audiovisual (vídeos, podcast, paisagem sonora) fotografias, infográficos, mapas em um gerenciador de conteúdo de fácil acesso e manuseio. (LEMOS; PEREIRA 2011, p.8)

De acordo com Ritter (2015), a primeira experiência de Jornalismo Hiperlocal surgiu em Nova York, nos Estados Unidos, no ano de 1922, com o primeiro canal de notícias hiperlocais da companhia Time Warner Cable, o New York 1. No Brasil, Lemos e Pereira (2011) apontam que o Jornalismo Hiperlocal começou a ser praticado em 2008, com o portal bairros.com[[6]](#footnote-6), vinculado ao site Globo.com. Os autores também ressaltam que a experiência do Jornalismo Hiperlocal na mídia brasileira ainda é algo recente e consiste em alguns casos isolados de experiências que utilizam a internet, seja por meio das redes sociais ou de sites, para abrigar seus conteúdos.

Talvez isso explique o motivo pelo qual poucos trabalhos foram desenvolvidos, no âmbito da academia, para tentar compreender o Jornalismo Hiperlocal no contexto das tecnologias digitais. Em uma “revisão integrativa” da produção de artigos científicos disponíveis em base de dados gratuitas, publicados de 2005 a 2015, apenas 48 trabalhos completos, publicados em revistas ou anais de eventos científicos em português, abordavam o Jornalismo Hiperlocal (SANTOS; CARVALHO; LOURENÇO, 2016).

 Dessa forma, por meio da análise do site Malvina Online, há também a tentativa contribuir para minimizar o déficit de produção científica nessa área. Vale ressaltar que a importância de a academia investigar esse tema é verificada, por exemplo, ao perceber que o Jornalismo Hiperlocal é praticado pela comunidade sem que ela saiba de fato que constrói um produto nessa perspectiva. Esse desconhecimento é, provavelmente, produto da ainda incipiente produção de conhecimento nesse campo. Assim, estudos como esse podem ajudar a pautar a produção de pesquisas em Jornalismo Hiperlocal e, de alguma maneira, causar um impacto positivo nas comunidades que já publicam conteúdos hiperlocais, bem como estimular que novos atores sociais possam produzir, editar, consumir e propagar suas próprias narrativas jornalísticas.

**4 – Um convite à participação**

O objetivo primordial do site Malvinas Online, desde o seu surgimento, em outubro de 2016, é servir como um instrumento de representatividade para os moradores do bairro das Malvinas, em Campina Grande, de acordo com o fundador e jornalista responsável pelo veículo, Saulo Nunes[[7]](#footnote-7). Ele, que atua como policial civil, relatou que, afastado da atividade jornalística devido às atribuições da profissão de policial, sentiu a necessidade de exercer o jornalismo de alguma forma, e, com isso, contribuir com o processo de disseminação de informações relacionadas ao bairro onde vive, muito embora que o conceito de Jornalismo Hiperlocal ainda fosse algo desconhecido para ele.

Apesar do despertar empírico para o Jornalismo Hiperlocal, a observação atenta ao cotidiano da comunidade a qual Saulo Nunes estava inserido foi o que instigou nele o interesse em dar visibilidade aos acontecimentos do bairro das Malvinas, ao colocar os moradores no centro das narrativas, segundo o próprio relato. Tal depoimento vai ao encontro do que explica Ferrari (2017), quando diz que os sites noticiosos acabam sendo uma alternativa para as pessoas que querem disseminar conteúdos jornalísticos, uma vez que eles permitem reunir vários recursos em um único lugar, a exemplo de textos, sons e imagens, o que amplia o leque de possibilidades narrativas.

No site, a dinâmica de trabalho está centralizada na pessoa de Saulo Nunes, autor de todos os textos, mas conta, ainda, com a colaboração ativa de outras três pessoas, que são moradores da comunidade e contribuem a partir da sugestão de pautas, entrevistas, captação de imagens (foto e vídeo) e auxílio na manutenção do site de forma geral.

Ao vislumbrar na internet um campo de atuação em que pudesse desenvolver um jornalismo voltado para o bairro das Malvinas, nota-se o que Anderson (2006) chama de busca por oportunidades inexploradas. Os conteúdos publicados no Malvinas Online, por exemplo, obedecem a escolhas compatíveis com as preferências de um público inicial, que seriam os moradores da localidade, e a internet é usada para propagar bens digitais direcionados a nichos mais próximos e acessíveis, em uma perspectiva hiperlocal.

Nesse sentido, para buscar verificar se o site Malvinas Online convida sua audiência a contribuir na produção e circulação de conteúdos hiperlocais, optou-se por verificar as matérias publicadas de janeiro de 2018 a meados de janeiro de 2019, com o propósito de assegurar a atualidade da análise, a fim de extrair uma amostragem significativa para o estudo. Sendo assim, em um universo de 14 publicações[[8]](#footnote-8) ao longo de cerca de um ano, fez- se uma seleção entre as sete matérias publicadas que chamaram atenção pela abordagem e pelo protagonismo da comunidade contido nelas. O objetivo desse recorte foi retirar uma amostra que pudesse esclarecer se as abordagens propostas pelo Malvinas Online são de fato hiperlocais e como acontece a inserção da comunidade no processo de elaboração e circulação dos conteúdos.

 Uma das publicações veiculadas no site Malvinas Online, que chama atenção pela abordagem e pela forma como a comunidade do bairro é colocada em evidência, é a matéria intitulada: “Cabeleireiro das Malvinas se une a grupo que realiza ações solidárias em Campina Grande”[[9]](#footnote-9). O texto trata sobre a história do cabeleireiro Alysson Barros, morador do bairro das Malvinas, que decidiu participar de um grupo de voluntários, oferecendo, cortes de cabelos para pessoas carentes, de várias localidades da cidade, o que inclui o bairro onde ele mora.

A pauta foi sugerida por uma das pessoas que integra o grupo de colaboradores do site e conhecia e admirava o trabalho desenvolvido por Alysson. Na matéria, ele ganha o protagonismo por desempenhar um gesto nobre, o que o deixa em posição de destaque e exemplo para a comunidade, por dedicar parte do seu tempo para a realização de uma atitude solidária. Essa abordagem conduz ao que observa Träsel (2013. p. 193), quando ele diz que “o jornalismo é uma profissão de caráter eminentemente humanista”.

O autor lembra que essa atividade profissional surgiu em meio às revoluções sociais e econômicas do século XVIII, tornando-se um dos mais importantes pilares da democracia e ferramenta de transformação social, ao mesmo tempo em que critica o fato da indústria ter transformado os valores humanísticos em comerciais, fazendo com que a capacidade de formação política e o poder emancipatório fossem deixado de lado com o passar dos anos. Ao priorizar uma abordagem que valoriza a interface humana do jornalismo, o site contribui para a perpetuação dessa característica, que foi aos poucos abandonada.

O site também oportuniza um espaço para manifestar reivindicações da população, como mostra a matéria “Motociclistas interditam rua nas Malvinas e pedem elucidação do caso que resultou na morte de entregador de pizza”[[10]](#footnote-10). Nela, é feito o relato de um protesto realizado na comunidade, em razão da morte de um morador do bairro, que foi vítima de um acidente de trânsito. Na manifestação, os moradores queriam chamar a atenção do poder público para a adoção de providências, no tocante à investigação do caso, uma vez que o condutor do veículo que teria provocado o acidente não havia sido identificado.

Saulo Nunes conta que teve acesso a essa informação através de uma das pessoas que colabora ativamente para o site. Ela fazia parte de um grupo em um aplicativo de mensagens instantâneas, no qual os organizadores do protesto estavam articulando a ação. As informações foram checadas e transformadas na referida matéria, publicada no Malvinas Online.

Diante desse contexto, o site funcionou como um canal de visibilidade, não somente para uma ação que havia sido registrada no bairro, mas, também, como um instrumento de reivindicação para a comunidade posicionar-se e pressionar as autoridades responsáveis a solucionarem um caso de violência registrado no bairro das Malvinas. Tal postura adotada pelo site pode ser associada ao caráter comunitário do jornalismo, característica presente também no Jornalismo Hiperlocal. De acordo com Peruzzo (2006), a comunicação comunitária é uma forma de a comunidade expressar-se, para manifestar interesses comuns e demandas mais urgentes, mediando a relação entre a mídia, o poder público e a própria sociedade.

Ainda nessa perspectiva de ser um espaço para veiculação de assuntos que despertem o interesse da comunidade, a matéria “Em maio haverá pagamento do seguro das casas das Malvinas, afirma Associação de Moradores”[[11]](#footnote-11) demostra uma preocupação em tratar sobre assuntos que estejam intimamente relacionados com o cotidiano dos moradores do bairro, ao oferecer uma prestação de serviço para a população que nele reside, com a informação referente a uma indenização que deveria ser paga pelo Governo Federal aos moradores, pauta que foi sugerida ao Malvinas Online pelo presidente da Associação de Moradores do Bairro das Malvinas à época, Jairo Miranda.

Essa relação íntima entre os conteúdos publicados no site e os moradores do bairro fica ainda mais evidente na matéria “A história do filho das Malvinas que abriu o placar contra o Botafogo de João Pessoa, no último sábado”.[[12]](#footnote-12) A pauta foi sugerida por um dos membros do grupo de colaboradores do site e o título da publicação já torna claro que o foco não é a partida de futebol disputada, mas sim o destaque para o feito de um morador do bairro, que teria sido peça fundamental no jogo. A condução da matéria segue essa mesma linha de raciocínio, ao evidenciar a atuação do atleta Maike Silva, e, ao mesmo tempo, aproveitar a oportunidade para construir uma narrativa que conta a história do jogador e de como ele deu os primeiros passos no mundo do futebol, ainda no bairro das Malvinas.

A opção por esse tipo de abordagem está de acordo com o que observa Dornelles (2012), ao afirmar que o jornalismo encontra, na internet, um espaço para narrativas específicas, que atingem uma dimensão muito particular, ao passo em que assume um caráter hiperlocal e contraria a lógica da mídia hegemônica de uma supervalorização do global, em detrimento do local. De acordo com Lorenz (2014), essa capacidade de apropriação e redefinição de práticas é uma característica própria do jornalismo digital: a personalização de conteúdos, que permite a criação de experiências individualizadas de produção e consumo de bens digitais.

Tal afirmação, no entanto, não implica dizer que inexiste a possibilidade de uma inversão dessa prática: a apropriação, por parte da grande mídia, de pautas originalmente trabalhadas para um contexto hiperlocal serem reconfiguradas para um cenário mais amplo e global. Um exemplo disso é o destaque que foi dado no site Malvinas Online às publicações veiculadas no site que tiveram repercussão na grande mídia. Na matéria “Relembre 10 personagens das Malvinas que foram destaque na imprensa de Campina Grande”[[13]](#footnote-13), é feito um resgate de histórias contadas no site que tiveram uma propagação para além do espaço propiciado através do Malvinas Online ao virarem pautas de tradicionais veículos de comunicação da cidade de Campina Grande, como emissoras de TV e de rádio.

Com essa transição de um conteúdo hiperlocal, cujo público-alvo, inicialmente, seria a população de um bairro específico, para uma vasta audiência, que abrange uma cidade inteira e regiões circunvizinhas, é possível compreender que o jornalismo hiperlocal é capaz de potencializar a representatividade de uma determinada comunidade. Isso porque, ao dar visibilidade para o cotidiano de um bairro, o jornalismo hiperlocal dá notoriedade a um povo e sua história. Por meio dele, torna-se possível perpassar barreiras territoriais, na medida em que o interesse da grande mídia é despertado para tornar, aquilo que diz respeito a uma comunidade específica, notícia para um público mais amplo. Dessa forma, a mídia de referência também se torna, pelo menos indiretamente, um agente de propagabilidade do conteúdo do site. Mais eficaz do que a própria população das Malvinas que pouco atua nessa perspectiva.

Tendo em vista que os conteúdos publicados em sites hiperlocais podem, também, servir de embasamento para pautar a grande mídia, essas experiências de jornalismo hiperlocal começam a ser compreendidas como espaços agregadores, que dão voz às comunidades e estimulam a grande mídia a voltar o olhar para o cotidiano de realidades mais peculiares, mediante o impacto e comoção que a notícia pode causar.

Um exemplo de situação noticiada em ambos espaços (hiperlocal e na grande mídia) foi a morte do líder comunitário do bairro das Malvinas, retratada na matéria intitulada “Adeus a Jairo Miranda”,[[14]](#footnote-14) no Malvinas Online, bem como em outros veículos de comunicação[[15]](#footnote-15). O líder comunitário, Jairo Miranda, havia sido vítima de um acidente automobilístico, do qual um amigo que seguia com ele em uma moto também veio a óbito.

O fato ganhou uma grande repercussão não apenas por se tratar de algo factual, mas pelo agravante de Jairo Miranda ser uma personalidade jovem, muito popular e atuante na cidade de Campina Grande, em prol das causas do bairro das Malvinas. De acordo com o fundador do site, Saulo Nunes, noticiar tal fato, mesmo que ele não tenha ocorrido no bairro das Malvinas, era uma “obrigação moral”, com o bairro, com a sociedade e com a memória do líder comunitário.

 Para Saulo Nunes, essa obrigação com a comunidade também acontece através da preservação da memória do bairro, a exemplo do que foi demonstrado através da matéria “‘Joguei uma pedra nos policiais e corri para invadir a área’, relembra morador da invasão das Malvinas”. [[16]](#footnote-16) Nessa matéria, o morador Egídio Gonçalves relata os momentos vivenciados por ele, no período em que participou do processo de povoamento do bairro, conhecido como “invasão das Malvinas”.

 O surgimento dessa matéria partiu de conversas aleatórias com moradores do bairro e da sensibilidade para o valor-notícia contido nos relatos, conforme Saulo Nunes. Afinal, é do exercício do ouvir o que as pessoas que moram no bairro das Malvinas têm a dizer que nasce a grande maioria das pautas que são transformadas em matérias para o site, ainda segundo o relato do responsável pelo Malvinas Online.

Sendo assim, a participação dos usuários com os conteúdos, uma característica que ganha força no ambiente digital, conforme Ford, Green e Jenkins (2014), acontece, em boa parte das situações, por intermédio das sugestões da própria comunidade. “Algumas pessoas fazem contato por meio das redes sociais, sugerindo pautas e comentando as publicações. Mas uma parcela considerável faz contato pessoalmente”, acrescentou Saulo Nunes.

**5 – Considerações Finais**

Compreende-se que o site Malvinas Online funciona como um canal que viabiliza a representação de uma comunidade, muitas vezes suprimida na grande mídia. Da necessidade de oferecer um espaço para dar visibilidade aos acontecimentos do bairro, surge, também, um ambiente propício para o enaltecimento dos valores, da vivência, da cultura e da fortaleza de um povo, assim como um local para pontuar as problemáticas sociais que circundam os moradores do bairro e cobrar as respectivas soluções para as mazelas enfrentadas pela população.

Através de um jornalismo que se coloca à disposição da comunidade, as matérias publicadas no site obedecem a uma lógica hiperlocal, percebida através de uma delimitação clara de veiculação de notícias que tratam sobre assuntos que dizem respeito ao cotidiano do bairro das Malvinas. No entanto, nota-se que há uma limitação no tocante a produção dos conteúdos, fato que pode ser justificado pela falta de pessoal para suprir a demanda, mas que poderia ser atenuado com a promoção de um engajamento mais efetivo da população com os conteúdos, desde a sugestão da pauta à propagação das notícias.

Conforme observado na pesquisa, a participação da audiência ainda é centralizada no campo das sugestões de pautas, sendo incipiente o envolvimento com outras formas de interação, talvez porque, como afirma Jenkins; Green; Ford (2014), a partir do momento em que começa a ser exigido mais responsabilidades dos usuários com os conteúdos, a tendência seja ocorrer a diminuição do índice de participação do público.

O desafio, portanto, é fazer com que o convite à participação se dê de forma mais efetiva, seja nas mais diversas etapas de produção de conteúdo, bem como na propagabilidade das notícias publicadas no dite, de uma maneira que venha a propiciar o empoderamento da comunidade e da tomada de consciência do poder de representatividade que o jornalismo hiperlocal viabiliza, uma vez que ele resgata o caráter de transformação social atribuído à atividade jornalística e o aproxima cada vez mais do público.

**Palavras-chave:** jornalismo hiperlocal; jornalismo digital; mídia propagável; audiências ativas; análise de conteúdo.

**Referências**

ANDERSON, C**. A cauda longa:** do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ANDERSON, C.W; BELL, E.; SHIRKY, C. Tradução FÉLIX, Ada**. Jornalismo pós-industrial**: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, n. 5, ano 2, p. 30-89, 2013.

BENTES, I. **Mídia-multidão**: estéticas da comunicação e biopolíticas. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

DORNELLES, Beatriz. O jornalismo hiperlocal, praticado por jornais de bairro, em contraposição aos cadernos de bairro, editados pela grande imprensa. In: Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia, 4.,2012 São Borja. **Anais...** São Borja: ALCAR, 2012. p. 1-18.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. - 4ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão:** Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LEMOS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, C. E. B.; PEREIRA, R. M. . **Jornalismo Hiperlocal no contexto multimídia:** um relato da experiência. In: XVI Congresso Ciências da Comunicação da Região Sudeste, 2011, São Paulo. Trabalhos. São Paulo: Intercom, 2011. p. 573-588.

LORENZ, M. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo:** 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 137-158.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes, redes. – 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

MASIP, P.; GUALLAR, J.; PERALTA, M.; RUIZ, C.; SUAU, J. **Audiencias Activas y periodismo:** ciudadanos implicados o consumidores motivados? Brazilian Journalism Research, v. 1, p. 240-261, 2015.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. **Anais …** Brasília: UNB, 2006, CD-ROM.

PRADO, M. **Ciberativismo e noticiário**: da mídia torpedista às redes sociais. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

RITTER, E. **O Encontro Entre o Hiperlocal e o Global no Hard News Televisivo no Canal de Notícias Norte-Americano NY1**. Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, v. 3, p. 97-113-113, 2015.

SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital:** a voz da política. São Paulo: Paulus, 2016.

SANTOS, J. G. S.; CARVALHO, J. M.; LOURENÇO, A. L. **Jornalismo Hiperlocal na Era Digital:** perspectivas práticas, conceituais e metodológicas. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, Salto, São Paulo: Intercom, 2016.

TRÄSEL, Marcelo. Toda resistência é fútil: o jornalismo, da inteligência

coletiva à inteligência artificial. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 191-210.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 14: Plataformas digitais de participação, do XI Simpósio Nacional da ABCiber. [↑](#footnote-ref-1)
2. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Integra o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Mobilidade (Mobjor/UEPB). E-mail: simoesmenezes@gmail.com [↑](#footnote-ref-2)
3. Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: eloynaalves@gmail.com [↑](#footnote-ref-3)
4. http://malvinasonline.com.br/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Tradução livre: “Surgem novos protagonistas, como blogs, portais informativos sem conexão com a mídia profissional, redes sociais, etc. Alguns autores (BRUNS, 2005) teorizaram sobre a mudança de paradigma de um poderoso jornalista gatekeeper ao gatewatching coletivo”. [↑](#footnote-ref-5)
6. https://oglobo.globo.com/rio/bairros/ [↑](#footnote-ref-6)
7. Declarações foram concedidas por meio de entrevista realizada via e-mail, no dia 29 de janeiro de 2019, para embasar este trabalho. [↑](#footnote-ref-7)
8. O fundador do site revelou ter diminuído o fluxo de publicações veiculadas no site ao longo do ano de 2018, devido à falta da disponibilidade de tempo para produzir conteúdo, mas, reiterou que, em 2019, buscará dedicar-se mais ao site. [↑](#footnote-ref-8)
9. Matéria publicada em 27 de outubro de 2018. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/cabeleireiro-das-malvinas-se-une-a-grupo-que-realiza-acoes-solidarias-em-campina-grande/ Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-9)
10. Matéria publicada em 5 de março de 2018. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/motociclistas-interditam-rua-nas-malvinas-e-pedem-elucidacao-do-caso-que-resultou-na-morte-de-entregador-de-pizza/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-10)
11. Matéria publicada em 15 de abril de 2018. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/em-maio-havera-pagamento-do-seguro-das-casas-das-malvinas-afirma-associacao-de-moradores/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-11)
12. Matéria publicada em 10 de janeiro de 2019. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/a-historia-do-filho-das-malvinas-que-abriu-o-placar-contra-o-botofaogo-de-joao-pessoa-no-ultimo-sabado/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-12)
13. Matéria publicada em 13 de março de 2018. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/relembre-10-personagens-das-malvinas-que-foram-destaque-na-imprensa-de-campina-grande/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-13)
14. Matéria publicada em 26 de outubro de 2018. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/adeus-a-jairo-miranda/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-14)
15. Matéria publicada em 25 de outubro de 2018. Disponível em: https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2018/10/25/dois-ficam-feridos-apos-acidente-entre-carro-e-moto-em-campina-grande.ghtml. Acesso em: 23 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-15)
16. Matéria publicada em 8 de janeiro de 2019. Disponível em: http://malvinasonline.com.br/joguei-uma-pedra-nos-policiais-e-corri-para-invadir-a-area-relembra-morador-da-invasao-das-malvinas/. Acesso em: 10 de janeiro de 2019. [↑](#footnote-ref-16)