



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO – FACOM
CURSO DE COMUNICAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

LUIS VINICIUS GERICÓ DA SILVA



PROTÓTIPO DE UM APLICATIVO DE PRODUÇÃO E DIFUSÃO
DE NOTÍCIAS COLABORATIVAS POR GEOLOCALIZAÇÃO

SALVADOR

2018

LUIS VINICIUS GERICO DA SILVA

NI: NOTÍCIA INTERATIVA

PROTÓTIPO DE UM APLICATIVO DE PRODUÇÃO E DIFUSÃO
DE NOTÍCIAS COLABORATIVAS POR GEOLOCALIZAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado do Curso de Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (FACOM – UFBA) como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Suzana Oliveira Barbosa

SALVADOR

2018

LUIS VINICIUS GERICÓ DA SILVA

NI: NOTÍCIA INTERATIVA

Protótipo de um aplicativo de produção e difusão
de notícias colaborativas por geolocalização

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Suzana Oliveira Barbosa (Orientadora)

Prof.^a Dr.^a Carla de Araujo Risso
(Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia)

Me. Wladmir Pinheiro Freire Lima
(Avaliador Externo: Editor do Jornal Correio*)

Salvador, 23 de fevereiro de 2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao Criador, que rege todo o Universo por meio de energias positivas que fluem em minha experiência e me dão forças e proteção para realizar tudo que desejo.

Aos meus pais, Ednalva e Edvaldo, e irmã, Adriana, por todo amor, confiança e carinho concedidos a mim, sobretudo ao me apoiar nessa segunda graduação.

Ao Rodrigo Araújo que destinou inúmeras noites para realização do meu projeto. Peça essencial com todo conhecimento em programação. Sem sua paciência, dedicação e boa vontade para me explicar parte desse mundo complexo dos códigos, dificilmente este TCC seria como é.

À minha orientadora Suzana Barbosa que acolheu meu projeto, ouviu minhas ideias, me deu preciosos conselhos e acompanhou a minha produção com afinco. Além de ter me incluído no Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line (GJOL) da Facom e na pesquisa PIBIC, que me permitiu mergulhar ainda mais no universo do jornalismo online.

Ao professor Fábio Sadao, que acompanhou os primeiros esboços do que viria a se tornar o meu TCC, além de todo o carinho, dedicação e acompanhamento nas ‘terapias acadêmicas’, enquanto eu ainda era membro do Petcom. Inclusive, o meu agradecimento aos colegas do Pet que antes mesmo de eu saber o que fazer no TCC, já designavam tempo me ouvindo e dando sugestões.

Ao jornal Correio*, sobretudo na fase do programa ‘Correio de Futuro’, que me proporcionou o contato com bons editores, além das palestras com profissionais e consultores externos que têm pensado soluções para o jornalismo online.

Aos professores da Facom, especialmente Carla Risso e Juliana Gutmann, pelo empenho, atenção e conhecimento durante as disciplinas. Aos meus amigos faconianos e ex-unebianos que sempre estiveram presentes e entenderam todas às vezes que faltei compromissos sociais porque “*estava fazendo o meu TCC*”.

“A pior coisa que pode acontecer a qualquer escrito que se publica,
não é muitas pessoas falarem mal, é ninguém dizer nada”.

Nicolas Boileau

RESUMO

Este memorial expõe todo o processo de produção, concepção e conceitos para realização do protótipo do aplicativo de notícias colaborativas por geolocalização o **Notícia Interativa (NI)**. O modo de funcionamento do produto se baseia nos modelos de jornalismo colaborativo (especialmente o de fonte aberta) e é guiado pela produção do jornalismo de proximidade hiperlocal. Ele está imerso no contexto das mídias convergentes e das quarta e quinta gerações do jornalismo em rede digitais, nas quais uma das características é a presença do *smartphone* na produção da notícia. A principal função de **NI** é proporcionar a qualquer pessoa enviar relatos de cunho noticioso de sua própria realidade, ou de fatos que tenha presenciado, para que outras pessoas da comunidade também tenham acesso. O protótipo do aplicativo foi criado para dispositivos móveis do sistema Android e pode ser instalado tanto em *smartphones* quanto em *tablets* pela loja de produtos da Google (Google Play). Ele também dispõe de uma versão *web app* acessível no domínio <www.noticiainterativa.com> em qualquer equipamento que possua navegador *web*. O conceito e processo de **NI** pode ser também uma contribuição para pensar a inovação e soluções para a imprensa que vem passando por transformações profundas com a constante revisão de equipes e estratégias de modelos de negócios.

Palavras-chave: jornalismo colaborativo, jornalismo de fonte aberta, aplicativo, quinta geração do jornalismo digital, geolocalização

ABSTRACT

This essay exposes the entire production process, conception and the steps evolved in the prototype building of the geolocated collaborative news application: **NI - Notícia Interativa**. The product operates based on the models of collaborative journalism (especially the open source one) and it guided by hyperlocal, by proximity journalism production. This app explores in deep the concepts of convergent journalism and the fourth and fifth generations of digital network journalism, there are some of the characteristics is the presence of the *smartphone* in the production of the News. The main function is allow any person to send news reports of their own reality, or facts that their have witnessed, in order to other people of the community gain access to that kind of information. The prototype built was for Android mobile devices and installed can be on both *smartphones* and *tablets* by the Google products store (Google Play). It also has a *web app* version accessible in the domain <www.noticiainterativa.com> on any equipment that has a *web* browser. The concept and process of NI can also be a solution for thinking about innovation and solutions for a continuous updating of business strategies and solutions.

Key word: collaborative journalism, open source journalism, application, fifth generation of digital journalism, geolocation

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 captura de tela pelo <i>smartphone</i> : abertura do protótipo.....	30
Figura 2: captura de tela pelo <i>smartphone</i> : interface 2.....	32
Figura 3: captura de tela pelo <i>smartphone</i> : tela de leitura da notícia	32
Figura 4: captura de tela pelo <i>smartphone</i> : interface 1	32
Figura 5 capturas de telas pelo <i>smartphone</i> : presença do protótipo na loja de aplicativos da Google	37
Figura 6 captura de tela pelo <i>smartphone</i> : tela de solicitação do login na rede social Facebook	38
Figura 7 capturas de telas por <i>smartphone</i> : telas de submissão de notícia	39
Figura 8 captura de tela pelo navegador: tela de login e autenticação do jornalista na <i>dashboard</i>	40
Figura 9 captura de tela pelo navegador: painel com as notícias enviadas com menu aberto.....	40
Figura 10 captura de tela pelo navegador: tela de edição das notícias	41
Figura 11 captura de tela pelo navegador: tela de edição de notícia	41
Figura 12 captura de tela pelo navegador: tela de edição de notícia	42
Figura 13 captura de tela pelo navegador desktop, pelo iPad, pelo <i>smartphone</i> , respectivamente: <i>web app</i> da página inicial de NI	43
Figura 14 captura de tela pelo navegador desktop, pelo iPad, pelo <i>smartphone</i> , respectivamente: <i>web app</i> da página inicial de NI	43
Figura 15 captura de tela pelo navegador, pelo iPad, pelo <i>smartphone</i> , respectivamente: versão <i>web app</i> da tela de leitura de notícias de NI	43
Figura 16 marca do aplicativo “Notícia Interativa”- versão principal.....	46
Figura 17 malha construtiva da marca	46
Figura 18 versão horizontal da marca	46
Figura 19 malha construtiva da marca na versão horizontal.....	46
Figura 20 versão negativa da marca principal	47
Figura 21 versão acromática da marca principal	47
Figura 22 versão negativa da versão horizontal.....	47
Figura 23 versão acromática da versão horizontal.....	47
Figura 24 usos indevidos da marca.....	47

Figura 25 captura de tela pelo navegador: Paleta de cores sugeridas com o termo "news"	48
Figura 26 paleta de cores do projeto gráfico de NI.....	48
Figura 27 Tela montada em Adobe Photoshop para conceito: conceito visual das telas do protótipo	50
Figura 28 tela montada em Adobe Photoshop para conceito: Página Inicial	50
Figura 29 tela montada em Adobe Photoshop para conceito: Tela de leitura da notícia	51
Figura 30 captura de tela pelo <i>smartphone</i> : primeira versão do protótipo para testar funcionalidades	51
Figura 31 captura de tela por navegador: primeiro esboço da dashboard.....	52
Figura 32 captura de tela por navegador: primeiro esboço do painel de edição de notícias	52
Figura 33 captura de tela pelo <i>smartphone</i> : aparência final da interface.....	52
Figura 34 captura de tela pelo navegador do desktop: presença do aplicativo na loja da Google	53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 O local é a fonte: jornalismo de proximidade e hiperlocal	18
2.2 Jornalismo colaborativo e de fonte aberta	21
2.3 O papel da notícia no jornalismo	25
2.4 O Jornalista e o Cidadão-repórter	27
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
3.1 O produto	30
3.2 Linha editorial e formatos	34
3.3 Estrutura e funcionamento	36
a) Sistema	36
b) Usuários	36
c) Plataforma de gerenciamento de conteúdo	39
d) Web app de NI (Notícia Interativa)	42
3.4 Identidade visual	44
3.5 Desenvolvimento do aplicativo e plataforma	48
3.6 Período de testes	53
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	64
APÊNDICES	66
ANEXOS	74

1. INTRODUÇÃO

Os *smartphones* já são parte do cotidiano, sobretudo nas grandes cidades onde há mais pontos com oferta de internet banda larga. Com o dispositivo conectado, o usuário pode acessar diferentes conteúdos de distintas partes do mundo. É também por ele que, no uso das tecnologias integradas ao produto, é possível fotografar, gravar vídeos, áudios e acessar aplicativos de compartilhamento de mensagens e dados. Isto é, o usuário pode facilmente se transformar em um produtor de informação. Diante desta possibilidade, nasce a proposta de construção do protótipo do aplicativo de notícias colaborativas, o **NI** (Notícia Interativa) como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

A escolha por desenvolver um aplicativo como TCC se deu pelo meu interesse por produtos voltados para dispositivos móveis, pela produção multimídia e pelas práticas recentes de jornalismo em redes digitais. Ao longo do curso, tive oportunidades para desenvolver produtos direcionados à *web*. Durante as disciplinas optativas orientadas para o campo do design com o jornalismo, foi despertado o interesse nesta área, fundamental para pensar o aspecto visual do protótipo.

Enquanto membro do PET (Programa de Educação Tutorial) Comunicação, ao longo dos dois anos (janeiro de 2014 a janeiro de 2016) que fiz parte do grupo, tive a chance de desenvolver sites cuja programação dos códigos era em *HTML* e também empregando o *Wordpress*. Nas experiências no mercado de trabalho, sobretudo no jornal Correio*, onde fiquei por um ano e três meses (abril de 2016 a agosto de 2017), tive contato com profissionais que estavam mais próximos de desenvolvedores de aplicativos e soluções para o jornalismo na internet, principalmente durante palestras com consultores externos. Com eles, cresceu o interesse em desenvolver um aplicativo como trabalho de conclusão do curso. É verdade que não ter conhecimentos em programação seria um desafio desde o início deste projeto, contudo, por ter contato com pessoas do curso de Engenharia da Computação, pude estabelecer a parceria.

O conceito e delimitação das funções do produto surgiram após observar o constante uso da geolocalização e do uso frequente dos *smartphones* para produzir notícias, tanto por parte das audiências – que submetem o conteúdo às redações – quanto o próprio jornalista nos processos de apuração e produção. Assim, o **Notícia Interativa (NI)** se alicerça nessa tecnologia pela qual o usuário pode obter e produzir artigos de cunho noticiosos tendo como ponto de partida a sua própria localização na cidade. O protótipo propõe-se a ser um

complemento e mais uma alternativa para se obter informações de forma rápida e relevante pelo viés da proximidade.

Toda programação do protótipo do **NI** foi construída do zero e o produto tinha como finalidade ser mais uma opção para que pessoas, não necessariamente jornalistas, pudessem compartilhar informações de cunho noticioso. A ação, conseqüentemente, pode contribuir para a pluralidade de discursos, fundamental para o exercício da democracia e da cidadania. Haja vista que, utilizadores da plataforma são incentivados a compartilhar informações de sua realidade, inclusive com a inserção de pautas que podem não estar presentes nos produtos das marcas jornalísticas referenciais, em função de políticas editoriais de cada veículo.

Na interface de **NI**, o usuário dispõe de dois modos de visualização das notícias: um com um mapa dinâmico – na qual são apresentadas notícias a partir da localização – e outro uma lista, que classifica os artigos também a partir do local. Na tela, há um botão flutuante para que informações possam ser enviadas pelo usuário. Após o envio, o conteúdo passa por avaliação do jornalista (que completa e checa, se for o caso) e, em seguida, o libera. Cada artigo ocupa uma coordenada geográfica.

Com a finalidade de desenvolver o experimento, como dito no início, foi necessário recorrer aos conhecimentos para além da área da Comunicação, do Jornalismo, para outras mais específicas como a da Engenharia da Computação e do Design. Da Engenharia da Computação, para o desenvolvimento dos códigos de funcionamento do aplicativo – cuja assistência e produção orientada foi feita por um estudante também da UFBA, Rodrigo Araújo, que já trabalha na área em uma empresa de desenvolvimento de tecnologia (Cubos Tecnologias) em Salvador. Do Design, para dar forma visual ao protótipo, uma vez que, o design permite ao jornalista tornar as histórias mais acessíveis e atrativas para audiência. “Tanto os jornalistas quanto os designers devem estar preocupados o tempo todo com a melhor maneira – a mais legível – de contar uma boa história¹” (SCALZO, 2003, p. 67).

Assim, a interdisciplinaridade foi fundamental para que o protótipo pudesse ser finalizado e testado. Inclusive, o diálogo de diferentes áreas com o Jornalismo tem sido explorado nas redações dos principais veículos do mundo, como “*The New York Times*”, “*The Guardian*” e “*El País*” a fim de obterem alternativas para conter a perda de receitas, atrair novas camadas de leitores e novos modelos de negócio. Nestas empresas, há equipes

¹ A autora neste trecho recortado está se referindo ao design em produtos jornalístico como as revistas, mas o design é chave em qualquer peça noticiosa, por isso, facilmente esta citação pode ser aplicada ao projeto do protótipo de **NI**.

interdisciplinares específicas para desenvolver produtos e soluções para as demandas atuais da produção do jornalismo em redes digitais.

Sem perder de vista que trata-se de um produto jornalístico e de produção noticiosa, foi necessário recorrer inicialmente ao conceito de jornalismo digital (BARBOSA, 2007, 2002) e (PALACIOS, 2004)², que é a ponto de partida para entender o cenário recente e complexo da produção jornalística de quarta e quinta geração (BARBOSA, 2013) em redes digitais. Em seguida, os conceitos de jornalismo de proximidade, base de dados, hiperlocal, colaborativo e fonte aberta (*open source*). Eles foram a base para melhor definir as características do protótipo, para pensar as relações a serem estabelecidas com o público-colaborador e os jornalistas, ambos imersos na convergência jornalística³ (BARBOSA, 2013, p. 35). Além dos conceitos, as pesquisas sobre experimentos semelhantes também configuraram uma etapa importante para o desenvolvimento, sobretudo para compreender os estágios mais recentes do jornalismo em redes digitais.

De acordo com os estudos de Suzana Barbosa (2013), fundamentada em outros autores, o cenário atual da produção do jornalismo em redes digitais requer novas práticas. A lógica entre os meios e suportes deixa de ser de dependência e competição, para uma de atuação conjunta, integrada. Tais processos e produtos são marcados pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição de conteúdo. Ainda nesse contexto, a autora observa os estágios recentes da evolução do jornalismo em redes digitais que são pertinentes para compreensão deste trabalho, a saber: a quarta e quinta geração.

A produção jornalística da quarta geração tem, entre outras características, o caráter dinâmico dos produtos, a redação integrada, a agilidade, a qualificação, a informação estruturada, a narrativa dinâmica e a presença dos *smartphones* e *tablets*. A quinta geração, por vez, elenca características como a horizontalidade, o *continuum* multimídia, as mídias móveis, os aplicativos e os produtos autóctones (originais para *tablets*). Tais gerações, entre outras

² Os autores discutem o jornalismo digital e elencam atributos como a multimialidade, interatividade, hipertextualidade, personificação, memória e atualização constante. Eles observam, entre outros aspectos, os primeiros experimentos de jornalismo feitos no ambiente da *web* (www) como as primeiras páginas de marcas jornalísticas da mídia impressa cuja característica era a transposição do conteúdo.

³ A convergência jornalística, conforme explica Barbosa (2013, p. 35) – baseada em trabalhos de Salaverría, García Avilés e Masip (2010, p. 59) – é: “Um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas, permitindo que os jornalistas elaborem conteúdos para serem distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma”. Desse modo, a cultura da convergência promove a reconfiguração dos meios e linguagens no âmbito da produção que, por sua vez, interagem com um leitor amparado de tecnologias disponíveis em seus dispositivos móveis que são capazes de receber e produzir conteúdo; tal condição contribui para existência e funcionamento do produto.

questões, são resultados de amplos processos evolutivos ocorridos nas gerações anteriores de quando o jornalismo passou a ser feito na *web* e pelo emprego de novas tecnologias, como a de base de dados como componente primordial para produção jornalística (BARBOSA, 2013, p.42).

Assim, neste cenário recente, ainda de acordo com a autora, as mídias móveis, sobretudo os *smartphones* e *tablets* são agentes que “reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação e recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p.42). Portanto, tais definições ajudam a compreender o contexto no qual o produto se insere, as suas características e conceito.

O protótipo de **NI** foi desenvolvido exclusivamente para *smartphones* e *tablets* com sistema Android, da Google. O conteúdo do aplicativo está disponível na *web app* no domínio <www.noticiainterativa.com>, que pode ser acessado por qualquer dispositivo conectado à internet, como os *desktops*, os *smartphones* de outros sistemas (Android, Windows, iOS), *tablets* e *smartTVs*. Para melhor visualização e edição do que é gerado no aplicativo, foi desenvolvida uma plataforma de gerenciamento, a *dashboard* (acessível apenas para jornalistas autenticados com senha no sistema), já que, pelo conceito do produto, quando o usuário envia conteúdo para **NI**, o mesmo é revisado, mesclado, descartado ou ampliado pelo jornalista.

Este processo de edição e curadoria do material enviado pelos usuários está longe de ser censura prévia, tampouco se configura como desqualificação dos atores que presenciaram o fato para descrevê-los. O papel de mediador-editor do jornalista em **NI**, assim como nos demais experimentos que se baseiam no modelo colaborativo e *open source* (BRAMBILLA, 2006) é, entre outros, o de manter o conteúdo a ser apresentado às audiências nos padrões textuais e éticos do jornalístico – valores como a objetividade, imparcialidade e múltiplas fontes são imprescindíveis ao publicar informações de interesse público (LAGE, 2001). A função mediadora, ainda segundo os estudos da autora, propõe outros desafios para as redações e para jornalistas, como o de chegar de fato aos locais cujo público geral não tem acesso.

Logo, o nome escolhido – **NI-Notícia Interativa** – para batizar o experimento reflete o vínculo entre jornalistas e leitores-colaboradores, que juntos constroem e disponibilizam informações de interesse das comunidades. O uso da plataforma sugere que por meio da interação com a realidade e com o jornalista, possa haver mais engajamento e envolvimento junto ao entorno.

Pelo conceito, o aplicativo **NI** é voltado para moradores da cidade de Salvador, que possuem acesso à internet e aparelhos móveis compatíveis com o produto. Embora nativamente

seja voltado para a região de Salvador, para fins acadêmicos e devido às limitações de equipe e de tempo, o produto foi testado com membros da comunidade da UFBA, também agregando conteúdo de instâncias científicas e do cotidiano da comunidade acadêmica. No entanto, durante o experimento, não foram descartadas a participação de usuários fora do eixo acadêmico.

Na fase de desenvolvimento do produto foi observada a presença de veículos hiperlocais e locais em Salvador e Região Metropolitana, como os blogs e páginas na internet de regiões específicas como: Liberdade, Subúrbio Ferroviário e Itapuã. Tais regiões possuem veículos próprios gerenciado por moradores, como blogs e sites independentes⁴. Inclusive, o engajamento das comunidades em pautar elas próprias foi uma das motivações para existência do aplicativo. Na minha visão, é possível e saudável à cidadania construir informação de maneira colaborativa com qualidade e envolvimento dos atores interessados em transformar a própria realidade.

Além da proximidade, outro critério que ajudou na formulação de **NI** foi o constante crescimento do consumo de notícias em dispositivos móveis. Dados da última pesquisa do “*State of the News Media*”, realizado pela Pew Research Center⁵ mostram que cerca de nove em cada dez adultos (93%) já recebem notícias on-line (seja por meio de celular ou *desktop*). A pesquisa também sugere crescimento nas receitas de publicidade digital. Estes dados são do relatório mais recente, do ano de 2017, e analisou os veículos *nativos digitais* – que são as marcas jornalísticas que já nasceram na *web*. Foi identificado ainda o crescimento na oferta de produtos nas lojas de aplicativos tanto para sistemas Android (Google) quanto iOS (Apple). De 2016 para 2017 o número de produtos voltados para as duas plataformas subiu de 35 para 42, o que insinua o interesse das marcas de serem acessadas por diferentes sistemas.

Os dados mais recentes a respeito dos jornais tradicionais – neste caso, nos referimos às marcas que vieram da trajetória de produtos impressos – ainda não foram disponibilizados, mas os números da pesquisa com base no ano de 2016, apontaram que o acesso de leitores aos jornais americanos por *smartphones* dos Estados Unidos superam os que usam o computador em 44 dos 50 maiores jornais. A respeito dos veículos em geral, o acesso por celular ou *tablet* supera

⁴ O itapuacity.com.br é um dos portais da região de Itapuã que produz conteúdo voltado para os próprios moradores do bairro. Destaque para a seção ‘você repórter’ em que há possibilidade de maior participação da comunidade. Outro exemplo de iniciativa de jornalismo hiperlocal é o tvliberdade.com, que traz informações do bairro da Liberdade, inclusive com vídeos. O gerenciamento de conteúdo em ambas as páginas não é necessariamente vinculado ao modelo tradicional de jornalismo feito por jornalistas em redações, trata-se de iniciativas particulares de agentes destes locais com, entre outros objetivos, o de tratar da realidade hiperlocal.

⁵ A pesquisa é um dos mecanismos usados pelas redações para identificar as tendências dos leitores. O conteúdo do ano de 2016 e 2017 estão disponíveis em: <<http://www.journalism.org/2016/06/15/state-of-the-news-media-2016/>> e <<http://www.pewresearch.org/topics/state-of-the-news-media/>> (respectivamente) Acesso em: 10 jan. 2018.

o pelo *desktop* em 99 dos 110 veículos analisados. A pesquisa mostra ainda que 62% dos americanos usam as redes sociais para se informar. Embora a amostra seja em um contexto diferente do brasileiro, a pesquisa é uma das fontes usadas nas redações do mundo para compreender as tendências do leitor.

Em complemento, dados do relatório anual da “*Digital News Project – Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018*”⁶, publicado pela Reuters Institute, mostram o seguinte cenário para dispositivos móveis: o aumento global dos *smartphones* tem crescido menos, mas a dependência pelo dispositivo está em ascensão. Em 2017, o crescimento dos *smartphones* foi de 3%, quando comparado ao ano anterior, que tinha registrado alta de 10%⁷, e de 2015, que alcançou 28%⁸. Em 36 países analisados, 46% dos usuários de *smartphones* acessaram notícias da cama e 32% no banheiro, ou seja, por mais inusitado que seja o local físico, os números indicam maior tempo de permanência com o dispositivo e contato com as notícias.

Ainda segundo a pesquisa, nos Estados Unidos os *smartphones* chegaram numa curva de inflexão frente aos *desktops*, ou seja, à medida que cresce o acesso de notícias pelo celular, diminui em ritmo semelhante as pelos *desktops*. O estudo indica também que atentar a esse comportamento é importante por mudar formatos de notícias e das informações. O que dialoga com a quinta geração do jornalismo em redes digitais como foi citado. Ao *smartphone* orientar a produção da notícia, formatos específicos podem ser criados ou repensados a fim de assimilar as características do dispositivo e das audiências. Outro ponto interessante deste relatório é que 23% dos usuários de 12 países, incluindo o Brasil, usam aplicativos de mensagens como WhatsApp, Facebook Messenger e Snapchat para acessar notícias.

Igualmente em crescimento, o acesso à internet por meio de equipamentos móveis sugere um contexto favorável ao experimento. Para os próximos anos, segundo pesquisa da Cisco, a estimativa é a de que os *smartphones* e *tablets* respondam por 85% do tráfego total de dados móveis em 2021⁹, com o crescimento médio cinco vezes maior do que o registrado em 2017.

⁶ Relatório completo disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-01/RISJ%20Trends%20and%20Predictions%202018%20NN.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2017

⁷ Relatório completo disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-04/Journalism%2C%20Media%20and%20Technology%20Trends%20and%20Predictions%202017.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2017

⁸ Relatório completo disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-06/Journalism%2C%20media%20and%20technology%20predictions%202016.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2017

⁹ Estudo foi publicado em fevereiro de 2017 e pode ser acessado em:

Em relação aos dados nacionais, em pesquisa feita pela Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro e pelo Instituto Ipsos¹⁰, foi apontado que o *smartphone* se consolidou como principal meio para acessar a internet no Brasil e foi utilizado por 69% dos internautas em 2016. Os dados são gerais, mas indicam que o consumo de informação no mundo, até então, é crescente pelos *smartphones* e *tablets*, o que nos parece um estímulo para o bom funcionamento e adesão de **NI** pelas comunidades.

Portanto, a escolha do formato de aplicativo e não blogs, sites e jornais impressos hiperlocais se deu, além dos meus interesses mencionados no início deste texto, pela tendência de crescimento no consumo de informações por dispositivos móveis e por se tratar de uma proposta de natureza dinâmica, totalmente dependente da localização do usuário. Já que, a cada movimento na cidade, o aplicativo se ajusta para mostrar o que há de importante no entorno, configurando e reconfigurando modos de se fazer jornalismo colaborativo e de proximidade.

<http://www.cisco.com/c/dam/assets/sol/sp/vni/forecast_highlights_mobile/index.html?CAMPAIGN=Mobile+VNI+2017&COUNTRY_SITE=us&POSITION=Press+Release&REFERRING_SITE=PR&CREATIVE=PR+to+MVNI+Highlights+tool#~Country> . Acesso em: 12 fev. 2017.

¹⁰ A pesquisa foi repercutida na imprensa nacional e é um importante indicador para pensar o mercado dos dispositivos móveis para acessar a internet <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-02/sete-em-cada-dez-brasileiros-acessam-internet-e-elevam-uso-de-smartphone>> Acesso em: 11 mar. 2017.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O NI é um aplicativo voltado para a produção de notícias colaborativas sobre a realidade local do leitor. Ele se estrutura em um sistema digital de dados que integra a geolocalização – que é a identificação da localização geográfica de um utilizador ou dispositivo informático através de uma variedade de mecanismos de recolha de dados¹¹ – com conteúdo noticioso, este último exclusivamente ancorado na informação do local. A rotina produtiva, por sua vez, se assemelha às definições de jornalismo colaborativo no estilo fonte aberta (*open source*).

O contexto no qual se insere o produto, conforme descrito no capítulo de introdução deste memorial, é entre a quarta e quinta geração do jornalismo em redes digitais (BARBOSA, 2013), sobretudo a quinta geração na qual uma de suas marcas é a presença do *smartphone* na rotina jornalística para produção, recepção e difusão, o que dialoga com o modelo proposto por este experimento. Além da horizontalidade nos processos produtivos que conversam com a proposta colaborativa *open source*.

2.1 O local é a fonte: jornalismo de proximidade e hiperlocal

Nesse produto, o local é entendido como motor da produção noticiosa e cerne do conceito do projeto. A escolha se deu por ser onde se constitui a vida cotidiana, as relações sociais, econômicas e, conseqüentemente, a expressividade – esta última se materializa em dimensões físicas e virtuais, com o uso da internet. A noção de local que fundamenta a proposta de NI também pode ser assimilada a partir dos estudos de Rocha (2014, p. 155), quando ele afirma que:

(...) podemos entender que é no local onde pulsa a vida; os costumes se fortalecem, o social se robustece e as tensões domésticas são dizimadas, entendidas e absorvidas. É no local que as identidades são criadas e fortalecidas pelos laços, por vezes familiares, por vezes, afetivos e culturais de determinada comunidade; seja na família, primeira célula social, seja na sociedade, no clube, associação de moradores, na padaria da esquina; no bate papo da roda de amigos, sobre amenidades, no bar, onde se reúnem rotineiramente para discutir o mundo, nem sempre, reduzido ao território da vizinhança.

No jornalismo, a proximidade sempre foi e continua sendo um dos principais critérios de noticiabilidade seguidos para a produção do conteúdo informativo. “Como elemento

¹¹ Conceito de geolocalização para desenvolvedores da *Google*
<<https://developers.google.com/maps/documentation/javascript/geolocation>>. Acesso em: 11 fev. 2017.

caracterizante do que é notícia, a proximidade é vista como um dos valores centrais do jornalismo, determinante do interesse do público pelas notícias” (CAMPONEZ, 2012, p. 35). Guiado pela relevância da informação local, o leitor pode ser motivado a se inteirar ainda por assuntos gerais que são de interesse público e de fatos capazes de impactar diretamente na vivência do cotidiano, ainda que eles não digam respeito especificamente ao lugar físico – aqui entendido a partir da dimensão física-geográfica, como é o caso das notícias globais – em que vive. Destarte, nas rotinas produtivas, até mesmo os veículos majoritariamente locais, tendem a observar o contexto geral a fim de melhor conseguir compreender o local e hiperlocal:

De hecho, cuando hablamos de información local, nos referimos inicialmente al tratamiento de los acontecimientos que ahí se producen o que se producen en otros ámbitos, pero afectan a los ciudadanos de esas localidades. Son, pues, ámbitos de producción y de recepción comunicativa muy definidos, unidos por la proximidad y por los vínculos con el escenario cultural y social de referencia a partir de un territorio. Los medios locales tienen como base de su contenido los acontecimientos locales, pero también prestan atención a las informaciones de ámbito general (GARCÍA, 2008, p. 30)¹².

No caso de **NI**, podemos observar que a informação de proximidade é o contexto geral e a informação hiperlocal é o núcleo, uma vez que, na interface do aplicativo, as notícias são dispostas em uma ordem hierárquica que segue o critério da localização do ponto mais próximo para o mais distante – mas sem extrapolar a natureza de ser uma plataforma voltada para a informação de proximidade (local).

Desta forma, a aplicação se baseia no conceito de jornalismo hiperlocal, que pode ser entendido, em síntese, como um tipo de produção de notícias orientada a partir de locais específicos e para uma audiência que também é. As pautas vão refletir os interesses desta parcela de leitores. Na grande imprensa, principalmente nos jornais impressos e online, esse modo de fazer jornalismo aparece em seções fixas que tratam exclusivamente de um bairro ou região de uma determinada cidade. No caso de *‘O Globo’*, há uma seção denominada como “Bairros”¹³, em que há notícias apenas sobre determinados bairros do Rio de Janeiro. Há também uma subdivisão com *tags* para bairros específicos. Ou seja, há uma segmentação na própria segmentação. Os jornalistas, em contato com a comunidade, produzem notícias apenas sobre a região delimitada pela seção. Em **NI**, a característica que o distingue dessas seções fixas

¹² Tradução: "Na verdade, quando falamos sobre informações locais, nos referimos inicialmente ao tratamento dos eventos que ocorrem lá ou que ocorrem em outras áreas, mas afetam os cidadãos dessas localidades. São, portanto, áreas muito definidas de produção e recepção de comunicação, unidas pela proximidade e pelos vínculos com o cenário de referência cultural e social de um território. A mídia local é baseada em eventos locais, mas eles também prestam atenção às informações gerais".

¹³ Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/> > Acesso: 22 dez. 2017

habituais é que o modo de produção é majoritariamente colaborativo (leitores e jornalistas), além da própria dinâmica de funcionamento do aplicativo, cuja produção e a recepção se orientam (e reorientam), a partir da localização do usuário.

Na imprensa tradicional o hiperlocal, de modo geral, pode atuar em duas frentes: uma editorial e outra comercial, segundo CARVALHO E CARVALHO (2014, p. 73):

Na primeira, com o surgimento da necessidade do leitor de encontrar aquilo que realmente interessa com facilidade, em uma navegação cada vez mais direcionada (favoritos, RSS, Twitter...), os veículos que destacam o trânsito, a segurança ou o time de uma cidade, bairro ou rua, têm maior sucesso. No quesito comercial, o oferecimento de produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor, é um grande atrativo para o anunciante.

Na proposta de **NI**, o fazer jornalístico se baseia inicialmente a partir do jornalismo hiperlocal fundamentado na concepção editorial apresentada por tais autores. Este entendimento se dá por se tratar de um produto experimental, sem fins lucrativos, cujo objetivo principal é oferecer ao leitor o que realmente lhe interessa e de inseri-lo diretamente no modo de produção jornalística no espaço urbano da cidade de Salvador.

Entre as experiências de jornalismo local e hiperlocal já executadas na capital, Suzana Barbosa (2002) no início dos anos 2000, observou a interação e a formulação de portais regionais e locais que tinham como um dos objetivos o de trazer informações do cotidiano regional para os leitores. Estes veículos nasceram exclusivamente no meio digital ou como braços digitais, na *web*, de marcas já consolidadas do jornalismo no suporte impresso. Das características dos portais locais estudados pela autora, se destaca o conteúdo digital relacionado aos critérios de proximidade:

Esses portais são aqui definidos como publicações desenvolvidas especificamente para o suporte digital e cuja produção de conteúdos, serviços e entretenimento está relacionada aos critérios de proximidade, utilizando, para isso, alguns dos elementos que caracterizam o jornalismo no ambiente midiático digital, a saber: a interatividade, a hipertextualidade, a multimídia/convergência, a personalização, a memória e a atualização contínua (BARBOSA, 2002, p. 81).

O objetivo do experimento apresentado neste memorial é de ser uma plataforma colaborativa hiperlocal para que o leitor tenha acesso às informações a partir de sua rua ou bairro, para, só então, alcançar as esferas maiores como a cidade, o estado e o país. Nos interessa oferecer ao leitor o que realmente lhe será útil para interação com a realidade na comunidade da qual faz parte. Ao contrário dos veículos de comunicação massiva, em que se emite para grandes massas o mesmo conteúdo, **NI** se propõe a segmentar a distribuição com experiências

personalizadas. Além disso, sugere a frequente participação do cidadão na construção de notícias.

Fazer jornalismo de proximidade em um *cibermeio* (aqui entendido como meios de comunicação imersos ao ambiente *ciber*) hiperlocal, como é o caso de **NI**, em consonância com a visão de Garcia (2008), requer algumas características e enfrentamento de desafios, como a pluralidade e participação das audiências, que pode ser alcançada com o caráter colaborativo deste projeto:

La información local del tercer milenio tiene que ser una información de calidad, plural, participativa, imaginativa, que explique lo que ocurre en la zona donde se asienta el medio, en la zona para la que informa y cuente lo que afecta e interesa a los habitantes de ese ámbito, incluso cuando se produce fuera. La información del tercer milenio debe promover la experimentación eficiente y lugares de que los se exportan nuevos lenguajes de comunicación eficiente y lugares de los que se exportan nuevos lenguajes y formatos para la comunicación mundial¹⁴ (GARCÍA, 2008, p. 34).

Assim, o fazer jornalístico hiperlocal pressupõe conhecer bem as audiências que se pretende atingir/conquistar com os conteúdos produzidos para só então desenvolver informações de qualidade, plural, que estimulem a manutenção da participação dos usuários, indispensável para este experimento que explora o jornalismo colaborativo.

2.2 Jornalismo colaborativo e de fonte aberta

O tipo de fazer jornalismo aqui proposto para o funcionamento de **NI** é baseado no modelo colaborativo de construção da notícia, mais especificamente no que se entende como jornalismo de fonte aberta (*open source*), que será discutido a seguir. Este, por sua vez, já foi experimentado em períodos anteriores em outros locais, como na Coréia do Sul, no final do século 20, em 1999, com o experimento pioneiro do portal *OhMyNews*¹⁵.

Segundo André Holanda (2007) que analisou o funcionamento do site e adesão dos usuários, a redação era composta por um grupo de jornalistas profissionais que editavam os artigos enviados pelos colaboradores, que correspondiam a 70% de tudo difundido pelo portal. Em troca, era oferecida uma quantia em dinheiro para o “cidadão-repórter”, a critério da

¹⁴ Tradução: “A informação local do terceiro milênio deve ser informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, explicando o que acontece na área onde o veículo está localizado, na área para a qual informa e conta o que afeta e interessa aos habitantes desse alcance, mesmo quando ocorre fora. As informações do terceiro milênio devem promover experimentação eficiente e lugares a partir dos quais são exportadas novas línguas de comunicação eficiente e lugares a partir dos quais são exportadas novas línguas e formatos para comunicação global”.

¹⁵ <http://www.ohmynews.com>

empresa. Neste modo de funcionamento, cabia à equipe de jornalistas selecionar o que seria ou não publicado no site. O *OhMyNews*, em 2005, chegou ao pico de mais de 38 mil colaboradores registrados no portal e atraía cerca de 700 mil visitas por dia. Dados do próprio site indicam que, em 2010, se alcançou cerca de 60 mil¹⁶ colaboradores.

Uma segunda experiência a ser considerada é a do portal *Discordia*¹⁷. O site, que surgiu em 2003, tinha a proposta de ser um blog coletivo e de moderação comunitária. Neste caso, a participação se dava de forma espontânea e sem remuneração. O projeto, entretanto, foi descontinuado em novembro de 2004.

Além dos já mencionados, o site *Slashdot*¹⁸, criado em setembro 1997, também refletia a natureza colaborativa. De acordo com estudos de Holanda (2007, p.31), a experiência no portal evidenciou a participação ativa do público leitor que tinha liberdade para enviar artigos, inclusive preservando anonimato. Neste espaço, diferentemente do que acontecia em boa parte dos sites na década de 1990, era dado ao usuário o poder de inserir publicações noticiosas e comentários – espaço pelos quais repercutiam o conteúdo. Contudo, enfatizou o autor, o simples envio não garantia a publicação, pois os artigos eram filtrados por moderadores e apenas os que despertavam interesse e estivessem de acordo com as diretrizes do site poderiam ser publicados. O autor ainda destaca outras iniciativas de jornalismo de fonte aberta como o *Bayosphere*¹⁹ e *AgoraVox*²⁰.

O *Slashdot*, também segundo Holanda (2007, p.34), ilustra o modelo de jornalismo de fonte aberta (*open source*). Podemos entender o surgimento deste modo de fazer a partir da confluência entre processos do desenvolvimento do próprio jornalismo, no qual se nota uma recusa à dependência em relação às fontes restritas e oficiais; somada à disposição de métodos de correção e refinamento da produção, estes baseados na transparência dos procedimentos de produção e da distribuição livre de informação. Soma-se ainda a percepção de que o jornalismo de fonte aberta é uma espécie de apropriação social de dispositivos e métodos tecnológicos, que também são resultado de outras apropriações (HOLANDA, 2007, p. 57). Em complemento, o autor propõe em seu estudo a seguinte definição de fonte aberta:

¹⁶ Informação disponível em: < http://www.ohmynews.com/NWS_Web/Company/people.aspx > Acesso em: 16 dez. 2017. O site traz uma retrospectiva sobre o *OhMyNews*, informando a quantidade de membros. No entanto, não há informações atuais sobre a quantidade de colaboradores ativos.

¹⁷ <http://www.discordia.us/scoop/>

¹⁸ <http://slashdot.org/>

¹⁹ <http://sf.backfence.com/bayarea/>

²⁰ <https://www.agoravox.fr>

O jornalismo de fonte aberta é aquele em que o público é o principal agente na produção de conteúdo, seja enviando-o em forma de artigos, notícias, comentários e críticas seja simplesmente constituindo uma fonte coletiva e aberta de informação e opinião utilizada por jornalistas profissionais. Mais ainda, a participação do público não só valoriza as mensagens através de comentários e perspectivas divergentes, mas chega a formatar o noticiário e até mesmo a definir a edição do site (HOLANDA, 2007, p.49).

Podemos relacionar também com o jornalismo fonte aberta (*open source*) as dinâmicas empregadas em sites tipo *wiki e softwares* livres, que permitem (e estimulam) a intervenção e a participação de outros usuários, com a presença de moderadores, sem que haja perdas ao conjunto: “(...) a filtragem do conteúdo por um editor não desconfigura a ocorrência de jornalismo *open source*. A existência do editor, na condição de *gatekeeper*, remete à hierarquia registrada na modificação do *kernel* do *Linux*, liberado tão-somente com a aprovação de seu criador, Linus Torvalds” (BRAMBILLA, 2006, p. 72). Portanto, é por meio da intervenção coletiva que se expande as funcionalidades, no caso dos *softwares*, e do acervo e banco de informações, dos sites tipo *wiki*. Em paralelo, faz-se necessário pontuar que a dinâmica de estímulo a participação do leitor não é exclusiva ao gênero *open source* e vigora em sites, telejornais, rádios e demais meios, desde as cartas ou ligações dos leitores, ao longo do final do século 20, até os recentes suportes digitais conectados à internet para incentivo à participação, como aplicativos e redes sociais.

Com base nesses estudos citados, é interessante observar no ambiente colaborativo a presença de moderadores. Eles são peça elementar na filtragem do conteúdo para outra parcela de usuários. Em tempos de excessiva oferta de informação, o papel de moderadores é indispensável para obtenção de credibilidade no conteúdo. Neste sentido, entendemos que a participação do jornalista em tais ambientes contribui para o reforço da confiabilidade no que é publicado, devido ao papel social e dos valores incutidos na profissão.

Outro aspecto a ser considerado é o de que nestes espaços colaborativos o controle da agenda de assuntos não segue a lógica das organizações tradicionais de imprensa, que podem por vez não refletir o interesse público, devido às pressões mercadológicas e editoriais. Conforme expressa Holanda (2007, p.73), citando BOWMAN e WILLIS, respectivamente (2003, p. 9):

A empresa de notícias mantém um alto grau de controle através do estabelecimento de uma agenda, da escolha dos participantes e da moderação da conversação. No caso da publicação colaborativa, “não existe organização central controlando a troca de informações”.

A partir destas características e experiências aqui relatadas, podemos observar o interesse e relevância do público em contribuir com informações, haja vista que no início do século 21 as condições tecnológicas e da internet para produção de conteúdo não eram tão acessíveis como são hoje. Imaginamos que atualmente, com a facilidade de conexão e múltiplas plataformas, possa existir chances para adesão às propostas de produção majoritariamente colaborativas.

É neste aspecto que se encaixa a proposta do aplicativo **NI** por acomodar a possibilidade de produção e envio de conteúdo, em paralelo à difusão de informação de fontes vinculadas a jornalistas, já vez que o jornalismo participativo não é restrito apenas aos usuários que decidem contribuir para engrenagem do modelo. Holanda (2007, p.73), citando outros estudos, corrobora ao dizer que o jornalismo participativo não exclui a participação dos profissionais, mas que representa uma nova cultura jornalística mais aberta. Nela, a função de *gatekeeper* não é eliminada e aparece de outra forma, semelhante a comunidade do sistema de código aberto *Linux*.

A produção aqui proposta para **NI** dialoga, ainda, com outros dois tipos de fazer jornalístico: o colaborativo e o que se classifica como *grassroots*. Apoiado nos estudos do Yuri Almeida (2014), podemos entender que o jornalismo colaborativo é quando mais de uma pessoa contribui para o resultado final do que é publicado. Esta forma de produção já é amplamente aplicada em veículos locais como ‘*Jornal Correio**’ e ‘*A Tarde*’, além de veículos nacionais como ‘*O Globo*’ e o canal de notícias, ‘*Globo News*’, que inclusive dispõe de um aplicativo só para receber sugestões de pauta e participações.

O modelo *grassroots* corresponde ao fazer notícia a partir da participação na produção de conteúdo pelas camadas periféricas, sobretudo àquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Este pode ser visualizado em Salvador nas iniciativas populares em bairros e periferias, que vão de um boletim local às rádios e tevês comunitárias na *web*. A exemplo de *Aurora da Rua*²¹, jornal feito por pessoas em situação de rua.

Assim exposto, podemos relacionar estes três modos de fazer jornalismo colaborativo apresentados com a proposta e contexto deste experimento. Em consonância, é possível visualizar as marcas da produção jornalística em redes digitais nos estágios de quarta e quinta geração, mencionados ao longo deste memorial. Uma vez que, tem-se a consolidação da participação do público não só pela via tecnológica que inclui o uso de dispositivos móveis conectados à internet e em redes digitais – estes, por vez, facilitam o engajamento frente ao

²¹ <http://aurora.asasalvador.org.br>

contexto político e social a qual está imerso – como também pelos modos de se fazer jornalismo neste cenário recente que suportam os processos horizontais e dinâmicos para produção noticiosa.

Destarte, com tal associação ao contexto, a proposta de **NI** foi de ser uma composição entre esses três tipos de fazer jornalismo aqui explorados, a fim de dar ao leitor condições de participação na sociedade por meio da produção de informação, independentemente de sua condição social. Este modo de produção é de suma importância para favorecer um espaço urbano (onde se produzem os discursos) plural e inclusivo, através da difusão de notícias compatíveis com as realidades experimentadas pelos diferentes moradores das regiões de Salvador.

O espaço urbano também se produz a partir do discurso, dos conteúdos veiculados nas mais variadas linguagens, expressando, a um só tempo, diferenças e similaridades, que diferenciam lugares, mas que também os relacionam com o mundo através do rádio, do vídeo ou da internet (SERPA, 2011, p. 16).

Ou seja, por meio da experiência de produção colaborativa é possível produzir novas possibilidades de discursos no espaço urbano. Neste experimento com a tecnologia da geolocalização, visamos incentivar o hiper ao ter como ponto de partida o local, o que pressupõe publicizar as realidades variadas dos colaboradores. Em suma, pela natureza do produto – baseada nas experiências relatadas e nos modos de se fazer jornalismo aqui apresentados e que o corrobora – esperamos que **NI** seja também mais uma forma de incentivar a maior pluralidade no processo de construção do espaço urbano.

2.3 O papel da notícia no jornalismo

As notícias são o principal produto da atividade jornalística que passou a incorporar valor à medida que o jornalismo foi se profissionalizando ao longo dos séculos 19 e 20, (TRAQUINA, 2005). O conceito de notícia pode variar em função do veículo, no entanto, de maneira geral, podemos considerá-la como uma expressão ou representação do fato de interesse público comum, relacionado à realidade social (ALSINA, 2009), (DINES, 2009).

Miquel Alsina (2009) propõe a seguinte definição da notícia: “Uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009, p. 299). Pode-se assim entender o processo noticioso como algo construtivo sustentado em valores variados. Isto é, pluralidade de concepções culturais,

simbólicas e político-sociais. Tais propriedades são elementos que assistem ao leitor para compreensão do mundo e para construí-lo socialmente.

Segundo Hohenberg (1960), as características essenciais da notícia são: precisão, interesse e atualidade. Para que ela seja credível, ela tem de ter precisão, ou seja, deve ter consistência na representação dos fatos, o que envolve, entre outros aspectos, o trabalho de pesquisa, apuração e verificação junto às fontes. Para ser interessante, é necessário, entre outros, uma abordagem distinta a fim de dialogar com as expectativas do leitor. O critério de atualidade está relacionado à relevância dos acontecimentos dentro do sistema social ou ainda ao agendamento temático da imprensa.

Ao confrontar estas características das notícias, enquanto produto central do jornalismo, com o modelo colaborativo de natureza hiperlocal, observa-se que, no modo de funcionamento, **NI** vislumbra se aproximar de tais patamares jornalísticos, uma vez que, com a presença do jornalista e seus respectivos atributos profissionais – que permitem identificar, apurar e transformar a informação comum em um bem de interesse público – pode ser estimulada a diversidade de fontes e relatos, o que tende a tornar a notícia mais sólida e mais próxima do fato. Contudo, como mencionado ao longo deste memorial, o aplicativo não pretende substituir o papel informativo dos demais veículos de notícias, como os jornais, mas sim de ser um acréscimo à oferta informativa.

A credibilidade e a consistência da informação jornalística implicam em processos de checagem e acuidade do jornalista que envolve relacionamento com boas fontes (que não se restringem as de capital humano, mas também das bases de dados, documentos, fotografias, vídeos, entre outros), que juntas reconstroem os fatos e permitem a visão ampla dos eventos.

Neste experimento de **NI**, a relação pode ser facilitada por meio da plataforma de compartilhamento de informação diretamente no mapa. Com o sistema em mãos, os usuários podem contribuir para a pluralidade de versões no jornalismo local, inclusive protegido do *off* jornalístico, que é possibilitado quando é dada a opção do colaborador de não ser identificado publicamente. Assim, as comunidades têm maiores chances de se envolver nas questões que as cercam, inclusive expondo temas que não são aprofundados em função do contexto social e econômico do qual fazemos parte.

2.4 O Jornalista e o Cidadão-repórter

“Todo cidadão é um cidadão-repórter”. Era com este *slogan* que o sul-coreano *OhMyNews*, pioneiro em jornalismo de fonte aberta como vimos, convocava os colaboradores para enviar os artigos. Contudo, no meio produtivo do jornalismo colaborativo uma das funções do jornalista tende a ser colocada em questão: a de produtor e regente das notícias.

Ao longo dos séculos, a produção da notícia era majoritariamente de domínio dos profissionais da imprensa, inclusive, o reconhecimento do papel social do jornalista se deu, entre outros fatores, justamente com a profissionalização e a incorporação de valores como imparcialidade, objetividade e comprometimento com o interesse público, bases da notícia objetiva com ideais de imparcialidade.

Com a internet, desde o surgimento dos primeiros blogs e sites independentes nos anos 2000, a produção noticiosa passou a ter mais atores e o usuário, que era apenas fonte ou mero leitor, passou a ser também o sujeito capaz de reportar; além de se sentir motivado a isso, como observou Brambilla (2006, p.63) ao analisar o modelo de fonte aberta. “Talvez o mais curioso – e que trouxe à rede seu elemento inesperado – foi o prazer do internauta não apenas de usufruir do conteúdo oferecido pelos demais, mas também de se sentir à vontade para oferecer suas próprias produções”.

Ainda hoje, sobretudo com tensões na comunicação em redes digitais que envolvem a proliferação de notícias falsas, o jornalista tende a questionar a validade da informação produzida por pessoas que não são fontes devidamente habilitadas. O questionamento não é esvaziado de contexto, no entanto é preciso avaliar e se atentar ao lugar que é dado à fonte no processo de construção e difusão de notícias e ao papel do jornalista em meio a esta conjuntura.

Primeiramente é preciso a clara noção de que o lugar do jornalista vai além das suas funções factuais, como a de reportar fatos. Ele é um contador de histórias que normalmente não são acessíveis ao grande público e é um agente guardião da informação pública. Brambilla (2006, p.43) reforça esta concepção mais ampla ao elencar a visão de outros autores que discutem o papel do jornalista nas sociedades democráticas, quando traz as reflexões como a de que o repórter é a “maior arma para o jornalismo”, por representar os interesses das sociedades e por denunciar as mazelas e injustiças da maneira mais transparente possível. Além de visualizar o papel do jornalista para além das suas habilidades técnicas habituais para frisar a função de “informar para transformar”.

Consequentemente, em um modelo colaborativo, a função do jornalista extrapola as comumente empregadas no factual e passa a abrir possibilidades para outras frentes de atuação. Em um cenário como o recente, cujas empresas jornalísticas estão passando por mudanças estruturais, pensar além das funções factuais é uma alternativa para tais profissionais. Não é de nosso interesse valorar como menos ou mais importante as etapas que estão incutidas no processo de produção da notícia a partir de quem as executa. Evidentemente, também devemos considerar e reconhecer a complexidade do que se entende por fontes (e o relacionamento com elas) no jornalismo e considerar as demais vias de se obter informações de forma independente como as fontes documentais, base de dados e a informação pública, que tiveram o acesso e incorporação às rotinas produtivas também por meio da evolução das condições tecnológicas. Mas faz-se necessário observarmos e repensarmos a imagem do leitor passivo (que também pode ser fonte) e assimilá-lo de fato como parte relevante no processo para reconstrução de fatos, já que nem sempre lhe é dado mesmo peso ao que se atribui a uma fonte institucional ou oficiosa.

À vista disso, ao observar os jornalistas diante das fontes consideradas populares, Brambilla (2006, p.74) destaca o rigor da prevenção do profissional em lidar com elas, as classificando como: “Indivíduos comuns que, apesar de serem protagonistas do cotidiano, não são vistos com legitimidade suficiente para falar sobre um fato ao passo em que os departamentos de imprensa das instituições-alvo das pautas merecem maior atenção dos repórteres”. Tal visão, ainda segundo a autora, compõe a maior parte da rotina jornalística tradicional. “Além disso a legitimidade do cidadão enquanto ator do cotidiano é posta em xeque por uma espécie de “ditadura do crachá”, pela qual quem é empregado ou tem vinculação oficial com uma entidade sabe “mais” do que fontes populares” (BRAMBILLA, 2006, p.74), complementa.

Isto posto, a possibilidade de colaboração no meio produtivo é restrita ou até mesmo ignorada por alguns veículos mais tradicionais. Para autores como Gillmor (2004 *apud* BRAMBILLA, 2006), o fato de o público também produzir notícias junto com os jornalistas tende a enriquecer a abordagem de assuntos a serem pautados. Quanto ao risco de que a ação de leitores-colaboradores provoque a profissionalização “não oficial” de jornalistas, a autora faz a seguinte consideração: “colaboradores do noticiário não reivindicam a identidade jornalística mas agem na condição de repórteres, com sutil diferença do trabalho desempenhado pelo jornalista profissional” (BRAMBILLA, 2006, p.45).

Logo, se observa no ambiente colaborativo que aqui está sendo proposto que tanto jornalistas quanto leitores colaboradores podem coexistir e trabalharem juntos em função da

informação, ainda que ocorram as tensões no que diz respeito a autoria e aos processos de construção da notícia. É proposto no modelo participativo que o jornalista deixe de ser o relator “oficial” dos fatos sociais e vá além de suas funções factuais; e que o jornalismo passe, como defende Pavlik (2001, p.136 apud HOLANDA, 2007, p. 58) a reagir abandonando “o modelo de comunicação unidirecional e se transforme em um diálogo responsivo às perspectivas do público”.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 O produto

O protótipo de **NI** é um aplicativo (API) nativo voltado exclusivamente para sistemas Android. Ele também possui uma versão no formato *web app* acessível em qualquer navegador de outros sistemas operacionais pelo domínio <www.noticiainterativa.com>. O mesmo conteúdo disponibilizado no aplicativo para Android também está na *web app*.

O protótipo de **NI** (API), possibilita a qualquer pessoa a criar conteúdo de cunho noticioso por meio da localização no mapa. Ele é voltado para homens e mulheres, na faixa etária entre 17 e 35 anos, das classes A, B, C e D, que normalmente já acessam as edições dos jornais digitais referenciais e portais via celular. Nessa etapa do experimento para a realização do que se exige para o TCC, o público é formado por universitários membros da comunidade acadêmica da UFBA que possui tais características.



*Figura 1 captura de tela pelo smartphone:
abertura do protótipo*

Ainda sobre o público, ele, a princípio, não é formado por leitores que apenas consomem informações via jornal impresso. São pessoas que costumam adquirir notícias por dispositivos móveis e em redes sociais. Como há possibilidade de temáticas variadas na interface, (Agenda cultural, Serviços, Problemas urbanos, Oportunidades de emprego, Trânsito) podem ser agregados novos nichos de públicos mais específicos não previstos na seleção inicial.

Quanto à usabilidade para o usuário, o aplicativo se comporta como uma plataforma híbrida, pois ao mesmo tempo em que é um produto informativo é também instrumento de ação do colaborador. Pelo conceito posto em prática, cada leitor tem um produto noticioso customizado para a sua realidade, de acordo com o seu bairro, com a sua comunidade. Dessa maneira, a relevância é o local e, ao mesmo tempo, incentiva a ampliação das possibilidades de contribuição para produção do conteúdo jornalístico a partir do relato coletivo, como foi abordado na fundamentação teórica. Em complemento, essa forma de apresentar a informação ao leitor pode ser entendida na síntese da pirâmide invertida do autor Adelmo Genro Filho (1986).

O conceito de pirâmide invertida defendido pelo autor, em resumo, é de que a produção jornalística deva se orientar a partir da realidade local para explicar e alcançar a universal. Destarte, a partir do momento em que o leitor acessa o aplicativo em seu telefone celular ou em seu *tablet* ele se vê diante de artigos sobre o seu entorno – como informações sobre Trânsito, Segurança, Cotidiano factual, Agenda cultural, Serviços, etc. – para então alcançar outras esferas, como a cidade como um todo. A realidade e o contexto passam a se tornar essencialmente o ponto central da atenção, produção e experimentação.

A clássica lógica da manchete da cidade sobre um aspecto geral deixa de ser o principal apelo para o leitor e a sua realidade passará a ocupar tal espaço. Saímos da pergunta: “O que o leitor deve saber sobre a cidade?”, para: “O que há de informação no entorno do leitor que lhe é útil para entender a própria realidade e experimentá-la de forma mais crítica (ou participativa)?”. São essas características que complementam o conceito do produto que vem sendo apresentado neste memorial.

A exemplo de um aplicativo de trânsito, no qual o usuário – através da geolocalização e do compartilhamento de dados entre si – consegue obter informações sobre o estado das vias, blitze e afins, o aplicativo segue uma lógica operacional semelhante e apresenta ao usuário o entorno com informações que vão do factual ao jornalismo das tradicionais editorias (economia, saúde, educação, etc.). Isto é, o tipo de comunicação entre emissão e recepção é de mão dupla, pois ao mesmo tempo em que o leitor se informa e emite conteúdo sobre a sua realidade, o

aplicativo NI recebe as informações e as utiliza para produzir conteúdos jornalísticos para outros leitores, que podem não estar imersos na realidade habitual, mas que podem ser impactados direta ou indiretamente.

Podemos, desse modo, sintetizar que o conceito do aplicativo é: pensar a cidade a partir do que ela gera de informação e o quê dessas informações pode virar notícia – ambas alimentam um banco de dados próprio que, com o acúmulo, pode ser a base para pensar outras práticas e formatos no espectro do jornalismo. O modelo é participativo-interativo, conforme abordado no capítulo anterior, da fundamentação teórica.



Figura 4: captura de tela pelo smartphone: interface 1, a principal do protótipo. Ao tocar em cada alfinete é apresentado o título da notícia, com mais um toque, o artigo é aberto



Figura 2: captura de tela pelo smartphone: interface 2, a segunda do protótipo. Ao tocar, a notícia correspondente abre. Os artigos também são ordenados por localização e há a data de publicação



Figura 3: captura de tela pelo smartphone: tela de leitura da notícia. Presença de itens comuns nas notícias como data, linha fina, autor e título

As informações enviadas para o aplicativo ocupam uma coordenada geográfica, o conjunto delas está disposto na primeira interface de NI (figura 4), na qual o usuário tem acesso a todo conteúdo a partir de onde está no momento. Na segunda parte da interface (figura 2), há uma lista dinâmica que apresenta os artigos publicados também a partir do local. As notícias, na fase de testes, incluem o cotidiano científico e a produção acadêmica da Universidade Federal da Bahia (UFBA), além de informações diversas enviadas pelos demais colaboradores ou informações de interesse das comunidades.

A cada nova informação inserida em um ponto do mapa, o conteúdo é submetido instantaneamente para a análise e edição de um jornalista, para só então ser liberado para os demais usuários – isto é, tornar público. No corpo da notícia é identificada a origem do conteúdo. Se for de um colaborador, aparece o nome seguido do grupo ao qual faz parte: exemplo: “João Souza, *Colaborador de NI*”. Se for de origem de um órgão, como é o caso dos artigos relacionados à UFBA, aparece: “Autor, *Instância*”; por exemplo: “Roberto Almeida, de *Edgard Digital*²²”. O “*Edgard Digital*” é um semanário mantido pela Universidade Federal da Bahia que traz notícias e pautas do cotidiano acadêmico referentes aos três pilares da universidade: ensino, pesquisa e extensão. Na fase de testes do protótipo, o semanário funcionou como uma das fontes de conteúdo para alimentar o produto.

Na etapa de edição, os artigos são ajustados para o formato compatível do aplicativo (que tem especificações de tamanho de texto e linguagem, conforme será descrito mais adiante) e é verificado se está de acordo com os padrões jornalísticos, isto é, com o devido cuidado de não expor personagens ou apresentar informações sem ouvir os dois lados, além da exclusão de informação parcial e com interesses comerciais ou pessoais. O aplicativo não disponibiliza textos de gêneros variados como crônicas, opinião ou contos. Antes de liberar qualquer artigo, o conteúdo deve ser minimamente consistente.

Nos casos de carência de informação para complementar as notícias, é expressado ao leitor que se trata de um conteúdo feito pelos usuários e que não há confirmação de órgãos ou fontes responsáveis pelo ocorrido. Assim, a lógica produtiva se assemelha ao funcionamento de sites código aberto, estilo *Wiki*, que dão possibilidade ao internauta a complementar ou contribuir na expansão do acervo, além de ser transparente quanto à origem do conteúdo.

Pelo conceito e modo de funcionamento de **NI**, à medida que mais pessoas adicionam novos artigos à informação de um determinado ponto da cidade, a equipe de jornalista busca e checka a informação e produz um novo artigo, mais completo e credita a origem e os participantes do processo, no campo destinado à identificação dos autores. Por exemplo, se um usuário coloca a informação de um acidente de trânsito e, em seguida, outros começam a complementar com detalhes do fato, o jornalista produz uma notícia única com *hiperlinks* – que irão relacionar as partes de contribuição dos usuários já enviadas que foram liberadas. No processo de apuração, inclusive, é previsto que o jornalista possa entrar em contato com o colaborador se for preciso, já que eles são identificados pelo endereço (nome de usuário) do Facebook. Nesta situação seria para obter mais detalhes ou contatos telefônicos, endereços,

²² <http://www.edgardigital.ufba.br>

além de referências do local onde o fato ocorreu. Nada impede também que o jornalista vá até o local do ocorrido e faça apuração *in loco* com as fontes que lhe enviaram as informações, assim como outras que estiveram por perto.

O **NI** funciona por meio de um gerenciador de conteúdo – programado em código *HTML* e *CSS* – que opera o banco de dados do aplicativo permitindo visualização e edição de tudo que é enviado ou está disponibilizado nele. Este sistema é acessado por computador apenas pelo jornalista. Na interface desta plataforma, chamada de *dashboard*, se tem acesso aos anexos enviados pelos colaboradores como vídeos, imagens e áudios. É importante ter controle deste conteúdo, uma vez que, nesta filtragem serão preservados os personagens que porventura estejam envolvidos em um fato. Por exemplo, sem este cuidado, poderia ocorrer de ser liberado automaticamente imagens fortes de acidentes ou crimes. Em vista disso, a checagem da imagem e conteúdos multimídia também é parte do processo de apuração a ser feito e conduzido pela equipe de jornalistas.

3.2 Linha editorial e formatos

Como explicitado ao longo deste memorial, **NI** tem como objetivo tratar de pautas do cotidiano local que estão localizadas próximas ao leitor (jornalismo de proximidade e hiperlocal). Devido ao caráter colaborativo, espera-se da audiência o uso para assuntos que lhe sejam pertinentes. Por ser um experimento inicialmente aplicado à membros da UFBA, as pautas refletem o cotidiano da universidade com temas culturais, diversidade sexual, saúde e tecnologia. No entanto, pensando numa dimensão mais ampla, ele comporta pautas de economia (sobretudo as de bairro com comércio local), segurança, mobilidade, esportes e cultura.

Para fins de melhor gerenciar o conteúdo e a apresentação para os usuários, os artigos publicados em **NI** são arquivados e apresentados no menu em um sistema de *tags* a saber:

- a) *Cidade*: são agrupados os artigos que tratam de questões como de infraestrutura, serviços e oportunidades;
- b) *Cultura*: artigos que tratam da cultura e lazer na cidade, sobretudo na UFBA, onde o protótipo foi testado;
- c) *Ciência e saúde*: novidades do âmbito científico da comunidade acadêmica disponibilizada por pesquisadores;

- d) *Economia*: artigos que abordam questões econômicas, que vão desde a economia informal (local) à global;
- e) *Trânsito*: atualizações sobre acidentes, congestionamentos, mobilidade e protestos podem ser elencados nesta categoria por parte dos usuários ou jornalistas;
- f) *Segurança*: nesta *tag*, são agrupados os assuntos de segurança da cidade, sobretudo na Universidade, que também tem sido vítima da dinâmica da insegurança na capital;
- g) *Esportes*: nesta *tag*, são agrupados os artigos de esporte, não necessariamente relacionado à times e campeonatos estaduais, mas informações de prática esportiva em bairros e comunidades.

Quanto à linguagem e aos formatos de conteúdo disponíveis no produto, ele comporta vídeos, imagens, fotografias e infográficos. Os artigos são escritos em linguagem direta, objetiva, concisa e precisa, conforme as regras mais habituais dos manuais de redação jornalística (LAGE, 1985 e 2006). Os títulos são escritos com verbos de ação e são objetivos, já que há limitação de espaço, não ultrapassando os 65 caracteres (com espaço). Como se trata de um experimento, é possível adotar tons de informalidade, isto é, sem necessariamente se prender às formalidades textuais do jornalismo aplicado em marcas impressas e online referenciais. Ao longo de cada artigo publicado no aplicativo, podem ser inseridos *hiperlinks* e elementos multimídia, que, inclusive, são características da produção digital.

Assim como os caracteres do título, há o cuidado quanto ao espaço de cada artigo, por se tratar de uma plataforma nativamente móvel (nativo digital). O objetivo é apresentar ao leitor um conteúdo compatível com a tela de dispositivos móveis, a fim de tornar a experiência mais confortável e atrativa. Deste modo, como norma ideal, a produção se baseia nas seguintes dimensões: artigos devem ter entre três e no máximo nove *scrolls*²³. Contudo, novamente, se trata de um experimento, assim a regra pode ser flexibilizada tanto para mais quanto para menos.

No que diz respeito aos vídeos, quando inseridos, a regra é priorizar os que são verticais, já que se adequam melhor à tela do *smartphone*. A duração também não deve ser extensa e pode variar entre 30 segundos a no máximo 09 (nove) minutos. A mesma regra de flexibilidade adotada aos *scrolls* também se aplica a este tipo de conteúdo. O aplicativo, embora permita o

²³ *Scroll* é o movimento de descida vertical do topo para o fim na tela. Nos dispositivos móveis, cada *scroll* é medido pela quantidade de vezes que o polegar tem de tocar a tela com o gesto de descida, para chegar até o final do conteúdo.

envio de vídeos por parte de usuários, na disponibilização na interface, é utilizado *player* da rede social *Youtube*, que é incorporado no corpo do artigo. Além disso, demais conteúdos que possuem *embed*²⁴, como gráficos, imagens, vídeos, animações e áudios, podem ser incorporados nos artigos.

3.3 Estrutura e funcionamento

a) Sistema

O aplicativo foi construído com base no sistema de orientação de mapas da Google. A partir dele, foi montado o conceito de **NI** que é inserir dados a partir das coordenadas. O conjunto do experimento é composto por duas partes: a primeira, que é a aplicação em si voltada para dispositivos Android; a segunda que é a plataforma *web (dashboard)* de gerenciamento de conteúdo do aplicativo e da *web app* que dispõe do que é publicado na versão do Android. A escolha por esse sistema móvel se deu por ser o que tem o maior número de usuários ativos, além da possibilidade de explorar mais ferramentas de desenvolvimento e programação, sobretudo no design. Outra razão da escolha pelo sistema da Google é por causa dos custos de publicação na loja de aplicativos. No caso deste experimento, foi isento, por o programador ceder espaço na própria conta pessoal que usa para publicar na loja outros trabalhos realizados. O custo deste projeto, assim, se concentrou apenas no domínio e hospedagem do conteúdo, que não ultrapassou R\$ 100.

b) Usuários

Se oferece ao usuário o *download* do aplicativo por meio da loja de produtos do sistema Android: a Google Play. O motivo de disponibilizar por meio da loja é devido à segurança para os usuários. O sistema Android, por ter mais usuários e por estar presente em diversos dispositivos, possui mais vulnerabilidade e há aplicações espãs ou que infectam e danificam tais equipamentos. Por isso, ao disponibilizar direto da loja oficial, há garantias ao usuário de que se algo estiver operando incorretamente, uma denúncia poderá ser feita a qualquer momento à Google.

²⁴ Conteúdo *embed* ou *embedado* é aquele de sites ou plataformas de terceiros inseridos em outra página ou suporte. Tal conteúdo gera um código *HTML*, que é inserido no campo de edição *HTML*.

No protótipo, na página de *download* na loja e *web app* é explicitado que se trata de um dispositivo em experimentação e um trabalho acadêmico sem fins lucrativos. Na fase de testes, primeiramente foi solicitado o e-mail do testador, em seguida foi enviado um *link* para autenticação e liberação do *download*.

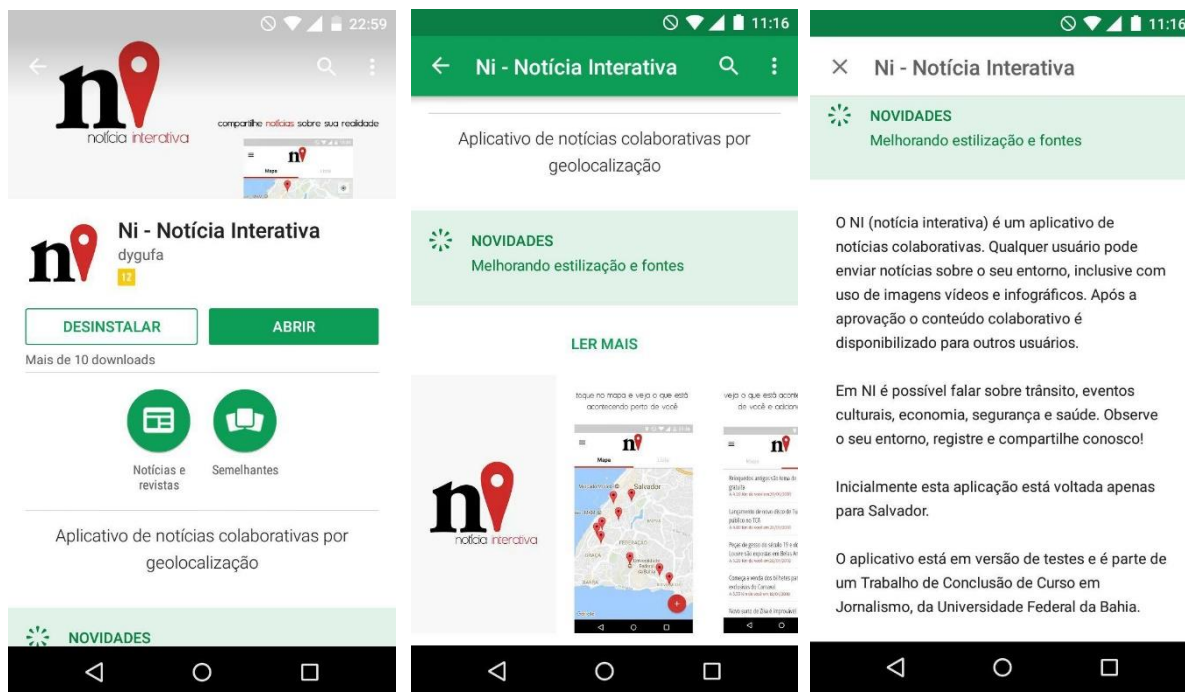


Figura 5 capturas de telas pelo smartphone: presença do protótipo na loja de aplicativos da Google

Feito o *download*, ao abrir a aplicação, o usuário se depara com as interfaces do mapa e da lista de notícias, ambas são com base na localização, como já foi tratado ao longo do memorial. O usuário pode contribuir com conteúdo ao tocar no botão “+”. O símbolo lhe é familiar, já que a família de aplicativos voltadas para este sistema operacional móvel da Google usa recursos gráficos semelhantes. Em seguida, é pedido que o colaborador faça *login* com a conta da rede social Facebook.

O motivo da solicitação é para minimizar a presença de perfis falsos difundindo informações não verdadeiras. Embora seja difícil conter tais perfis e a autenticação com a conta do Facebook não garanta a identidade real, ao menos é um recurso possível para reconhecimento do autor. Na etapa de desenvolvimento do projeto, foi pensado em solicitar o cadastro com inserção de outros dados pessoais de identificação, no entanto, por se tratar de um experimento acadêmico, é mais viável, em termos de investimento em servidores e criptografia para proteção dos dados, usar a plataforma do Facebook que já é popular e oferece segurança

satisfatória neste primeiro estágio. Foram criados dois documentos, um com os termos de uso e outro com a política de privacidade (ambos estão como apêndices no final deste memorial) para que pudesse ser utilizado o sistema de autenticação no Facebook e a publicação na loja da Google. É explicado ao usuário que nós não coletamos senhas e nem temos acesso a dados do perfil, apenas ao nome e ao e-mail. Também deixamos claro que não armazenamos a localização para fins publicitários, tampouco usamos a câmera e a galeria sem autorização do usuário.



Figura 6 captura de tela pelo smartphone: tela de solicitação do login na rede social Facebook,

Feita autenticação, é carregada a tela na qual serão escritas as informações ou a notícia para um artigo a ser liberado pelo jornalista. Há instruções na tela de como usar o sistema. O usuário pode inserir texto, imagens, vídeos e áudios na plataforma. Ele também deve indicar a autoria do conteúdo. Os que são de empresas ou que possuem direitos autorais não são publicados, ainda que se trate de um experimento sem fins lucrativos e no ambiente da universidade. É possível também que o usuário, mesmo autenticado, opte pelo anonimato, por isso lhe é perguntado no formulário se deseja ou não manter o anonimato. Todas estas condições estão detalhadas nos termos de uso.

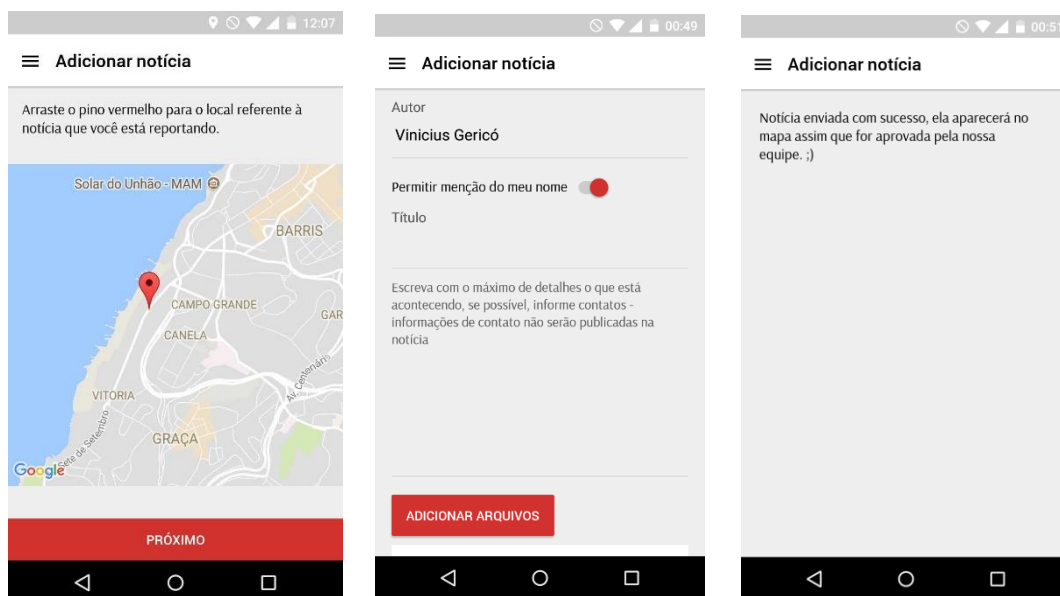


Figura 7 capturas de telas por smartphone: telas de submissão de notícia, imagem 1: tela para marcar a localização, o usuário pode mover o pino para o ponto que corresponderá ao relato. Na imagem 2, formulário para inserir texto. Há possibilidade de anonimato no formulário de envio. Na imagem 3: tela de confirmação de envio.

Após a conclusão do preenchimento e feito o envio, o conteúdo é direcionado automaticamente para o banco de dados na web, acessível na plataforma de gerenciamento de conteúdo (*dashboard*), na qual será analisado, revisto ou ampliado pelo jornalista, para só então ser liberado para os demais. Em todo o desenvolvimento do protótipo foi fundamental o entendimento e conhecimento de Rodrigo Araújo, o programador que desenvolveu toda a parte do sistema deste experimento, para aplicação correta das funções táteis para navegação intuitiva e segura.

c) Plataforma de gerenciamento de conteúdo

Na plataforma de gerenciamento de conteúdo (*dashboard*) visível ao jornalista (apenas no navegador web), se tem acesso aos dados em tempo real, inclusive com a identificação do colaborador, já que é exigido a autenticação pelo Facebook. A *dashboard* é acessível no endereço: <<http://dashboard.noticiainterativa.com/login>>. No entanto, no momento em que o colaborador envia conteúdo, ele pode optar pela não identificação pública, por exemplo, para os casos de denúncias ou crime, como já foi dito. A escolha se baseia no *modus operandi* do jornalismo que busca preservar as suas fontes sempre que necessário (LAGE, 2001). Nos casos de anonimato, há maior necessidade em apurar e checar as informações antes de liberá-las ao público.

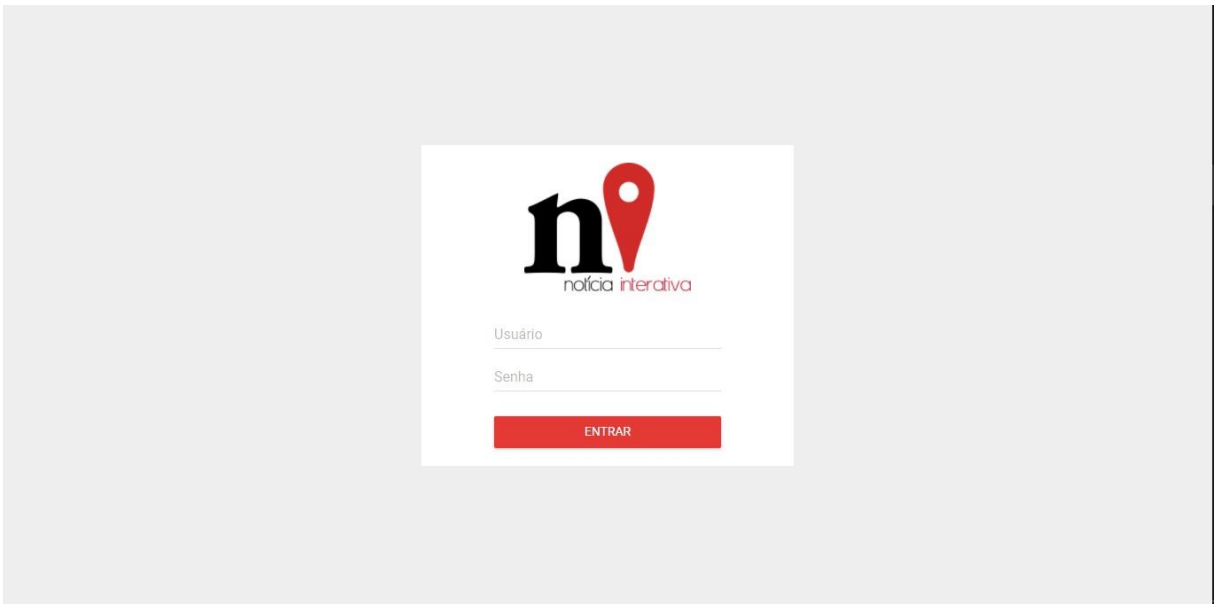


Figura 8 captura de tela pelo navegador: tela de login e autenticação do jornalista na dashboard

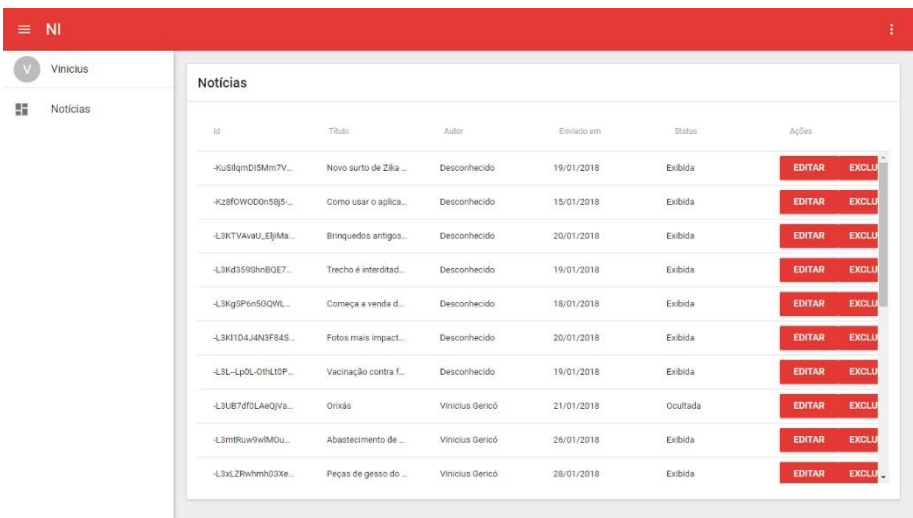


Figura 9 captura de tela pelo navegador: painel com as notícias enviadas com menu aberto. Na coluna do menu do lado esquerdo há informações do editor que está autenticado e botão de ação para visualizar notícias. Acima, nos três pontos no lado direito, há o botão para sair do sistema.

Id	Título	Autor	Enviado em	Status	Ações
-Ku5liqmDlSMn7VpGfB	Novo surto de Zika é impró...	Desconhecido	19/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-Kz8fOWOD0nS95-Myv1	Como usar o aplicativo No...	Desconhecido	15/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3kTVÁraUeEijMaaZf	Brinquedos antigos são te...	Desconhecido	20/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3k43598hmBQE74VpH	Trecho é interditado próxi...	Desconhecido	19/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3kgSPen5GOWLEHF-uS	Começa a venda dos bilhet...	Desconhecido	18/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3k1D4J4N3F84SX0_R	Fotos mais impactantes d...	Desconhecido	20/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3L-LpL-OHLLGP78	Vacinação contra febre am...	Desconhecido	19/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3u8780LaeQVapEmL	Orixás	Vinicius Gerico	21/01/2018	Ocultada	EDITAR EXCLUIR
-L3miRuw9wIMouUnJn78	Abastecimento de água se...	Vinicius Gerico	26/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR
-L3xLZrhmh03XevhDZ8	Peças de gesso do século ...	Vinicius Gerico	28/01/2018	Exibida	EDITAR EXCLUIR

Figura 10 captura de tela pelo navegador: tela de edição das notícias. É possível ver o autor, data, o título, o status de publicação e excluir ou editar

Google

MUSEU NAUTICO DA BAHIA BARRA de Guaratuba Av. Oceânica RIO VERMELHO Dados cartográficos ©2018 Google Termos de Uso Informar erro no mapa

Título
Novo surto de Zika é improvável nos próximos anos, afirma estudo

Sub título
Segundo a pesquisa, o Zika atingiu seu potencial máximo de contaminação em apenas um ano o que diminui a chance de um novo surto

Autor
Desconhecido

Postado por
Fernanda Tourino, do Edgard Digital

Postado em
19/01/2018 11:39:00

Categorias
Ciência, Saúde

Disponível

Texto

Normal B I U S " ¶ ☰ ☷ ☹ ☲ ☳ ☴ ☵ ☶ ☷ 🔗 📎 🔗

Figura 11 captura de tela pelo navegador: tela de edição de notícia. Há o campo do título, subtítulo (linha de apoio) e autor. Quando o autor não quer ser identificado, aparece a informação "não quer ser mencionado". É possível também ajustar a localização inicial marcada pelo usuário.

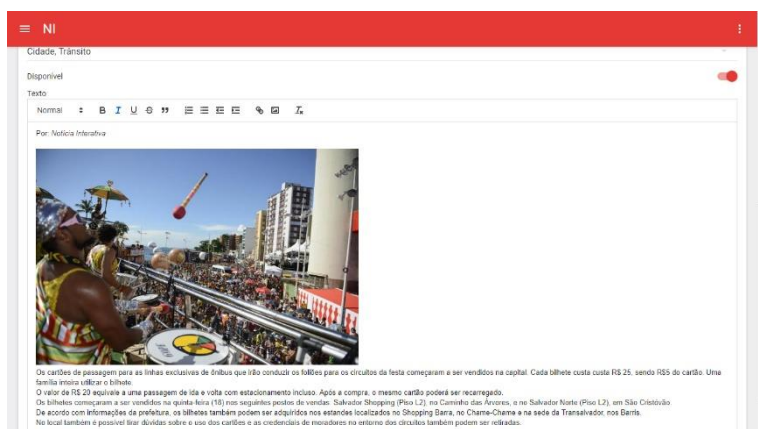


Figura 12 captura de tela pelo navegador: tela de edição: o botão para disponibilizar o conteúdo para todos os usuários fica após o da filtragem de categoria

Na interface, o jornalista tem à disposição ferramentas de edição de texto, além dos comandos de liberar, ocultar, editar ou excluir os artigos. O sistema se assemelha aos que são usados em blogs, já que permite criar *hiperlinks*, inserir imagens e *embedar* conteúdo.

d) Web app de NI (Notícia Interativa)

Sem perder de vista que os produtos jornalísticos atualmente circulam em múltiplos sistemas e dispositivos, uma versão na *web* foi disponibilizada. Nela há todo conteúdo publicado no aplicativo, que tem leitura facilitada com sistema de *tags*, identificação da localização e interface de leitura por meio de mapas. As notícias não necessariamente são mostradas pela localização, já que o navegador pode bloquear a coordenada exata do usuário que estiver acessando a versão da *web app* de NI. O mapa com as notícias marcadas pela cidade pode ser visualizado em tela cheia.

Não é dada a opção de envio de conteúdo, já que o objetivo é que o aplicativo seja baixado e usado. Posteriormente, se o projeto for levado adiante, caberia incluir a possibilidade de envio de conteúdo pela *web*, já que é uma forma de incluir quem não tem um *smartphone* ou *tablet* compatível com o produto.

Por outro lado, a *web app* permite que o usuário possa explorar a ferramenta da Google Maps, a Google Street View. É possível acessar imagens 360° do local referencial da notícia. Os *smartphones* e *tablets* que possuem giroscópio, ao usuário experimentar fazer uso do recurso, pode fazer movimentos em 360° com o dispositivo, ou seja, o leitor pode interagir virtualmente com o local de onde a notícia foi enviada. Tal recurso é útil sobretudo para quem não conhece a capital.

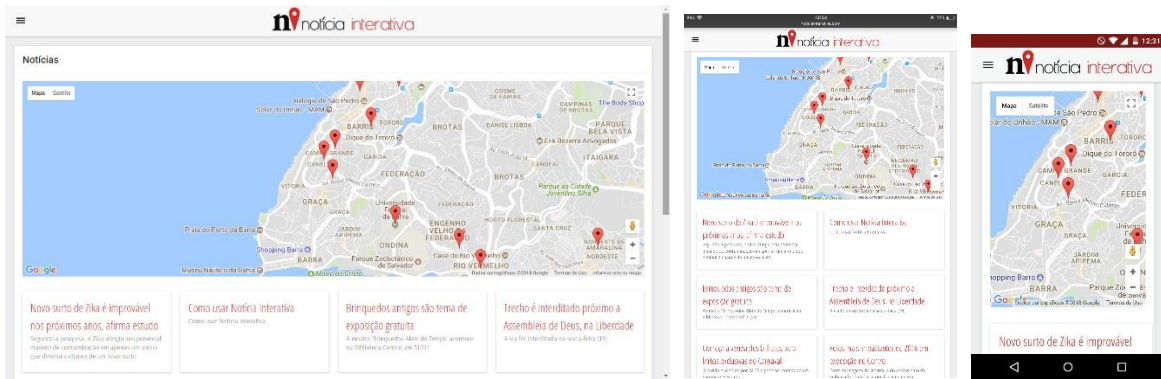


Figura 13 captura de tela pelo navegador desktop, pelo iPad, pelo smartphone, respectivamente: web app da página inicial de NI – telas do desktop, tablet (iPad) e smartphones (Android) respectivamente

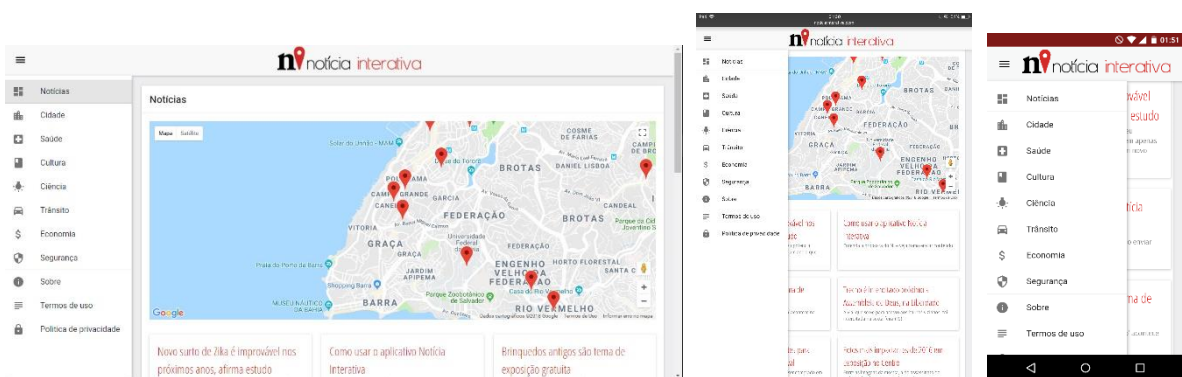


Figura 14 captura de tela pelo navegador desktop, pelo iPad, pelo smartphone, respectivamente: web app da página inicial de NI, menu aberto – telas do desktop, tablet (iPad) e smartphones (Android), respectivamente

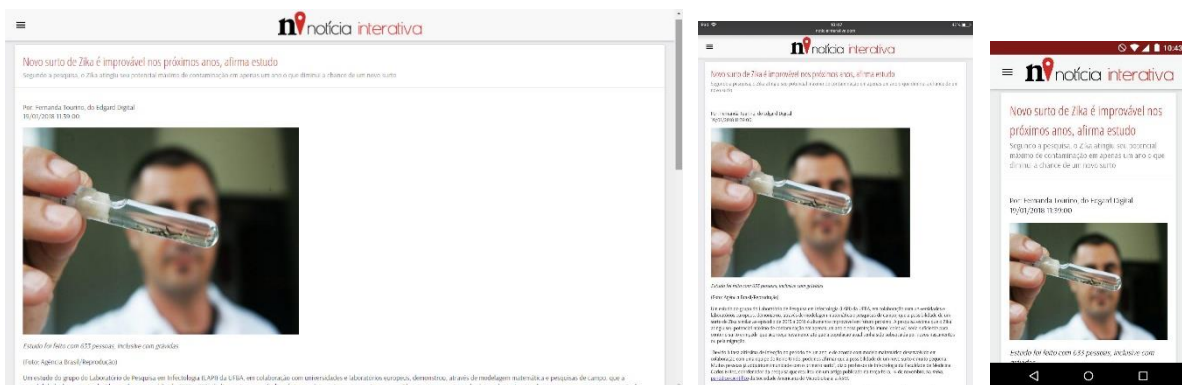


Figura 15 captura de tela pelo navegador, pelo iPad, pelo smartphone, respectivamente: versão web app da tela de leitura de notícias de NI - versão desktop, tablet (iPad) e smartphones (Android), respectivamente

3.4 Identidade visual

A interface do aplicativo, *web app* e da *dashboard* seguiu a tendência adotada no sistema Android desde a versão 5.0 (lançada em 2014), que é a Material Design²⁵. O objetivo é fornecer ao usuário uma experiência intuitiva através do contato com a tela. Por isso, o uso de botão flutuante, ícones com aspectos visuais que já são familiares (como o menu, busca, etc.). O conjunto visa trazer também leveza e clareza ao experimento.

No entanto, os conceitos táteis e visuais do Material Design não estão isolados no planejamento gráfico de um produto jornalístico. Para compor o conjunto foi necessário recorrer aos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, nas disciplinas de programação visual e planejamento gráfico, a fim de obter um resultado harmônico e de acordo com as características do público e conceito do produto.

Fez-se necessário combinar tipografias, cores e a disposição dos elementos na tela, já que se trata de um produto com tamanho de tela limitado (aproximadamente 750x1250px). Foi usado para construção da marca o *software* pago Adobe Illustrator. Para construção dos conceitos visuais das telas (antes da programação), o Adobe Photoshop, ambos são da versão de 2015. Desenvolvi toda a parte da identidade visual e design do aplicativo e *web app*.

As tipografias escolhidas para o projeto foram as sem serifa. Elas foram testadas para se comportarem bem telas nas pequenas e grandes sem perder a visibilidade e, ao mesmo tempo, foram escolhidas para transmitir leveza ao produto. O papel da tipografia não é de chamar atenção para si, mas de ser funcional ao conjunto do design. “Type that call attention to itself before the reader can get to the actual words is simply interference, and should be avoided²⁶” (KANE, 2011, p. 95).

Atento a estas questões, foram escolhidas as seguintes tipografias: Asenine e Asenine (Regular), Auto 1 Lt Bold e regular, Optima (regular e bold), Open Sans Condensed (regular e bold) e Arsenal. Elas podem ser visualizadas a seguir:

²⁵ De acordo com a Google, o Material Design é uma linguagem de design baseada em papel e tinta que confere ao usuário experiências visuais e efeitos de profundidade por meio de sombras, animações, transições, etc. Mais informações sobre material design podem ser obtidas na página oficial dos desenvolvedores do Android <<https://material.io/guidelines/>> Acesso: 23 Dez 2017

²⁶ Tradução: “Tipografia que chama a atenção para si mesmo, antes que o leitor possa chegar às palavras reais é simplesmente interferência e deve ser evitado”.

Asenine e Asenine (Regular) – Padrão para títulos e divulgação em peças

A b c ç d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 {(. , ; : “ ? ! ^ + =) }

Auto 1 Lt Bold e regular – Padrão para subtítulos e divulgação em peças, notas de rodapé

A b c ç d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 {(. , ; : “ ? ! ^ + =) }

Optima (regular e bold) – Padrão para textos de divulgação

A b c ç d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 {(. , ; : “ ? ! ^ + =) }

Open Sans Condensed (regular e bold) – Padrão para títulos na *web*

A b c ç d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 {(. , ; : “ ? ! ^ + =) }

Arsenal (regular e bold) – Padrão para textos na *web*

A b c ç d e f g h i j k l m n o p r s t u v w x y z

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 {(. , ; : “ ? ! ^ + =) }

No que diz respeito à marca, foram escolhidas duas tipografias, a primeira serifada, para a letra ‘n’. O objetivo é remeter aos antigos jornalões como o “*The New York Times*”. Contudo, foi feito um redesenho para tornar a fonte com traços mais modernos. Em outro elemento da marca, foi escolhida uma tipografia sem *serifa* que lembra *displays*, mas com pequenas curvas e traços finos. Foi agregado também à marca, o desenho de um ícone da geolocalização – um alfinete de um mapa – com a finalidade de reforçar o conceito do produto. O resultado final da marca pode ser conferido a seguir:



Figura 16 marca do aplicativo “Notícia Interativa”- versão principal
O limite de redução da marca é de 3 cm e a área de proteção é de 1,5 cm



Figura 17 malha construtiva da marca, proporção: 6x10



Figura 18 versão horizontal da marca

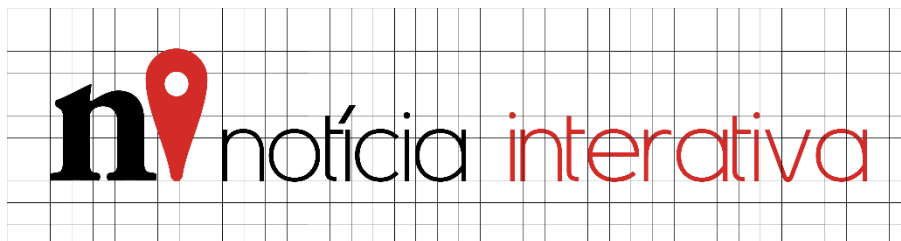


Figura 19 malha construtiva da marca na versão horizontal, proporção: 10x40, a área de proteção é de 1,5 cm

Além da versão principal, a marca deste projeto possui outras variações:



Figura 20 versão negativa da marca principal



Figura 21 versão acromática da marca principal



Figura 22 versão negativa da versão horizontal



Figura 23 versão acromática da versão horizontal

Usos indevidos da marca:



Figura 24 usos indevidos da marca

A marca de NI tanto a principal quanto a horizontal não deve ser aplicada em fundos de cores semelhantes às da logo, nestes caso, deve se usar a versão negativa ou acromática

As cores exercem papel importante também na comunicação. É por meio delas, em conjunto com os demais elementos do design, que se constroem as associações e mensagens são transmitidas.

(...) a cor não é preponderantemente um recurso estético, e sim uma técnica racional a ser aplicada com objetivos funcionais: identificação ... ênfase ... associação... organização... persuasão ... e também, às vezes, para criar beleza intencionalmente, mas em geral como uma consequência derivada. (WHITE, 2006, p. 201)

As cores escolhidas para compor o projeto são os tons vermelho, preto e cinza. A cor vermelha foi escolhida por ser uma das cores associadas às notícias. Inclusive a companhia de

software voltados para design, a Adobe, tem uma página²⁷ na web em que dá sugestões para projetos visuais a partir de palavras-chave.

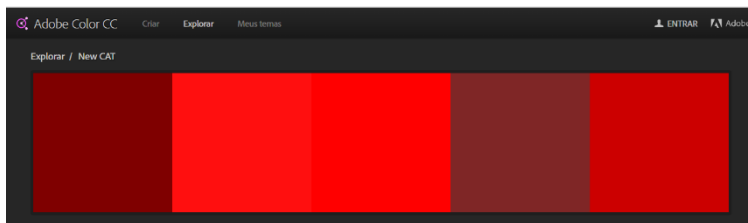


Figura 25 captura de tela pelo navegador: Paleta de cores sugeridas com o termo "news"

Os tons vermelhos e azuis são os mais comuns quando é feita a pesquisa por “news”, “notícia” ou “jornalismo”. Assim, a escolha dos tons de vermelho, além de ser associada à imprensa de maneira geral, foi também uma escolha pessoal.

Estas são as cores do projeto gráfico de NI:



Figura 26 paleta de cores do projeto gráfico de NI

3.5 Desenvolvimento do aplicativo e plataforma

Como mencionado no início do memorial, para o desenvolvimento do protótipo foi necessário integrar conhecimentos de outras áreas junto ao jornalismo. No caso específico da programação, Rodrigo Araújo desenvolveu os códigos, aplicou as normas de design (planejado por mim) e a programação do sistema sob minha orientação.

²⁷ Por meio dessa página, é possível obter sugestões de combinações harmônicas para projetos gráficos. Como a cor também tem função e influencia no processo comunicativo, é fundamental usá-las de forma alinhada com aos objetivos que se quer alcançar em qualquer produto visual. Cores inspiradoras de NI disponíveis em: <<https://color.adobe.com/pt/New-CAT-color-theme-9150433/>> Acesso em: 18 jan. 2018

No início do projeto, foi apresentada a ideia e os conceitos para o protótipo e *web app*. À medida que discutíamos as funções e limitações, ele passou a trabalhar com todos os comandos para responder as funções, etapa por etapa. Os desenvolvedores chamam de *feature* cada uma delas. No total foram feitas pelo menos dez versões do protótipo antes de finalizá-lo e liberá-lo para testes.

A cada versão que o programador me enviava, eram pontuados erros e solicitado incrementos de funções e da parte visual. Inclusive escrevi alguns códigos para melhor compor o design nas páginas da *web* voltada para *desktop* e dispositivos móveis. O diálogo e as reuniões constantes ao longo do semestre foram de suma importância para o desenvolvimento dos códigos de acordo com as expectativas e propostas do protótipo.

O aplicativo, a versão *web app* de **NI** e a *dashboard* (para o jornalista) foram construídos utilizando o *software* React. No caso do aplicativo, React Native, biblioteca que permite a construção de aplicativos híbridos que usam os conceitos de web: *l*. Para armazenamento dos dados optou-se por usar o Firebase. Estes *softwares* são voltados para a área de programação. Uma espécie de fórum, o Stack Overflow²⁸, foi consultado quando tínhamos dúvidas quanto ao funcionamento e montagem das *features*.

Etapas de desenvolvimento do protótipo:

Fase um: elaboração dos conceitos e esboços da interface pós finalização do projeto gráfico.

²⁸ Acessível em: <stackoverflow.com>.

a) aplicativo

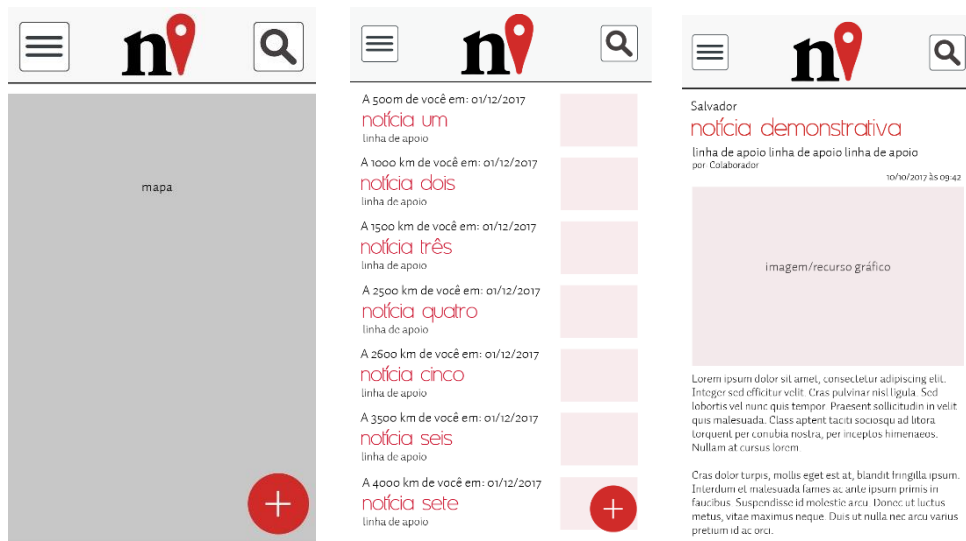


Figura 27 Tela montada em Adobe Photoshop para conceito: conceito visual das telas do protótipo - interface 1, interface 2, tela de apresentação da notícia (respectivamente)

b) Web app

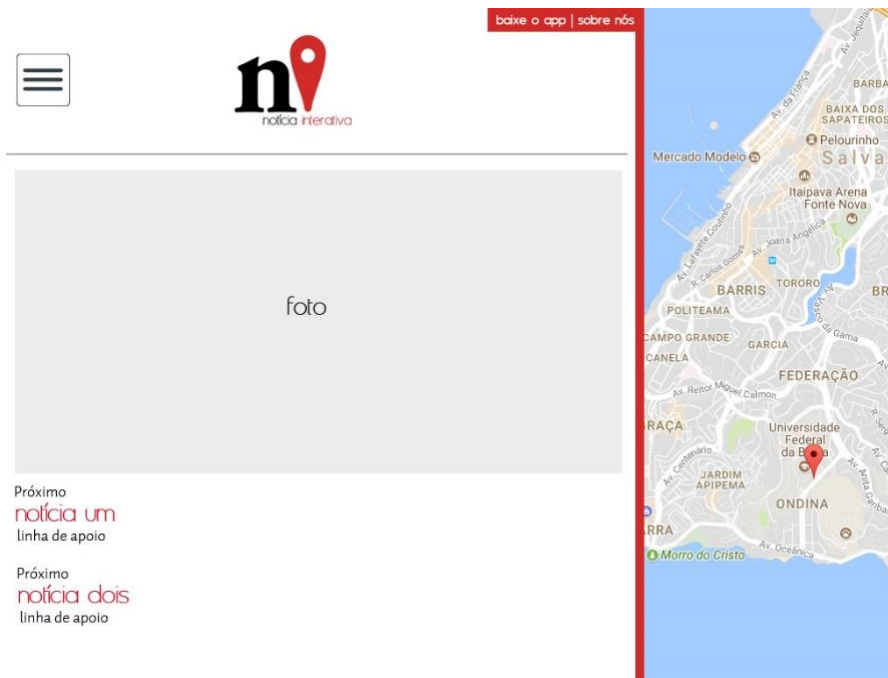


Figura 28 tela montada em Adobe Photoshop para conceito: Página Inicial

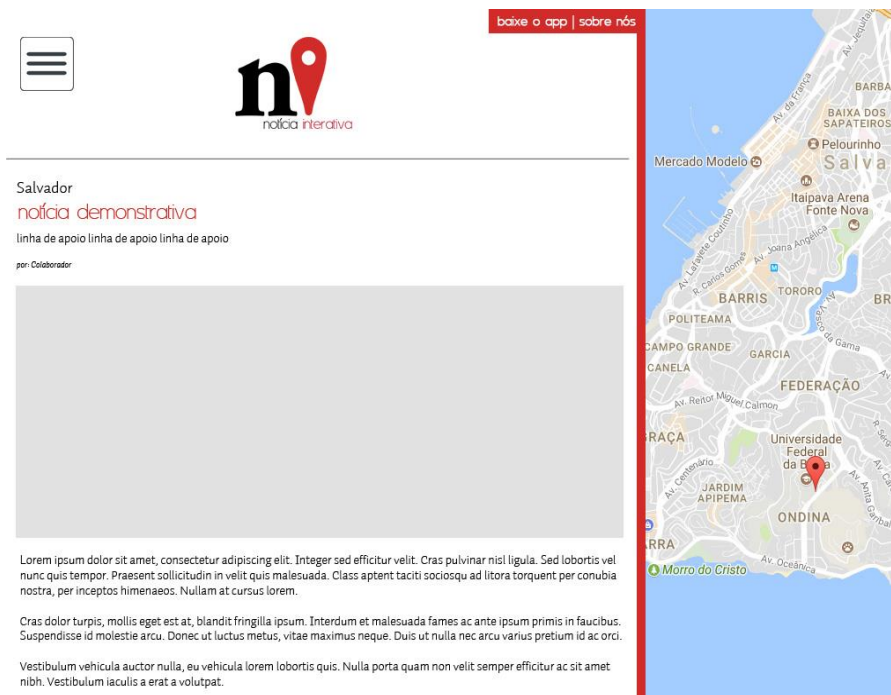


Figura 29 tela montada em Adobe Photoshop para conceito: Tela de leitura da notícia

Fase dois: programação dos códigos – nesta etapa o programador desenvolveu cada uma das *features* e os aplicou em uma interface temporária para testar funcionalidades. Também nesta fase foi desenvolvida a *dashboard* (interface para o jornalista gerenciar conteúdo).

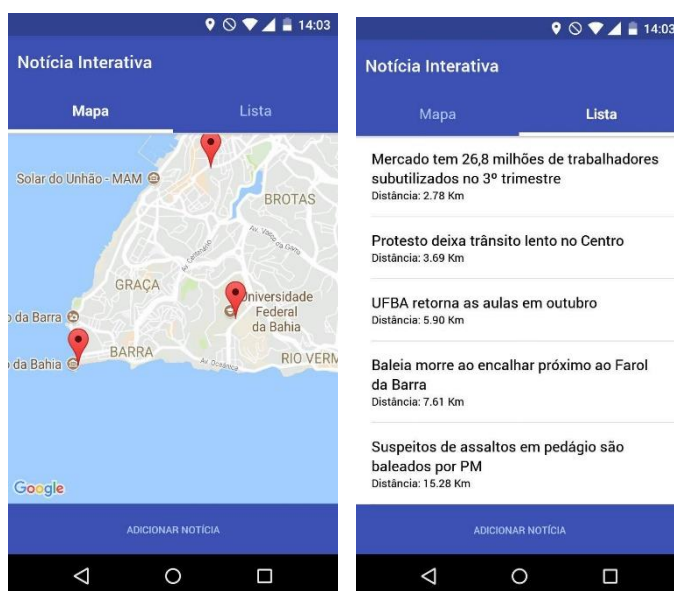


Figura 30 captura de tela pelo smartphone: primeira versão do protótipo para testar funcionalidades

ID	Título	Ações
-Ku5IqmD15mM7Vp5t8	Suspeitos de assaltos em pedágio são baleados por PM	Editar Excluir
-Ku5L0d4j-mRaD-aXWA	UFBA retorna as aulas em outubro	Editar Excluir
-KuSK0NmNWFwCw6smg	Baleia morre ao encalhar próximo ao Farol da Barra	Editar Excluir
-Ku5KqHBL_s6L6FH II	Protesto desta tarde lento no Centro	Editar Excluir
-Kz7LzVWE9UJ5XmYUE	Notícia teste	Editar Excluir
-Kz8fOWOD0n58j5-Myv1	Mercado tem 26,8 milhões de trabalhadores subutilizados no 3º trimestre	Editar Excluir
-L-CoTPUTAm9Pn0XJKU	Notícia teste	Editar Excluir

Figura 31 captura de tela por navegador: primeiro esboço da dashboard

Título

Suspeitos de assaltos em pedágio são baleados por PM

Disponível

Sim

Texto

Normal B I U O L H E T A S

Par O1 Ods homens suspeitos de praticar assaltos na região do pedágio CIA-Aeroporto, entre os municípios de Salvador e Simões Filho, foram baleados por um policial militar na madrugada desta terça-feira (18). Segundo informações da PM, os suspeitos estavam praticando os crimes na área quando o policial, que não teve identidade divulgada, passou pelo local e tentou impedir a ação. Conforme a corporação, os criminosos avançaram em direção ao policial, que recuou e acabou atingindo os suspeitos.

Anexos

Nenhum anexo enviado

Voltar Salvar

Figura 32 captura de tela por navegador: primeiro esboço do painel de edição de notícias

Fase três: consolidação do protótipo e da dashboard e aplicação do design ao produto

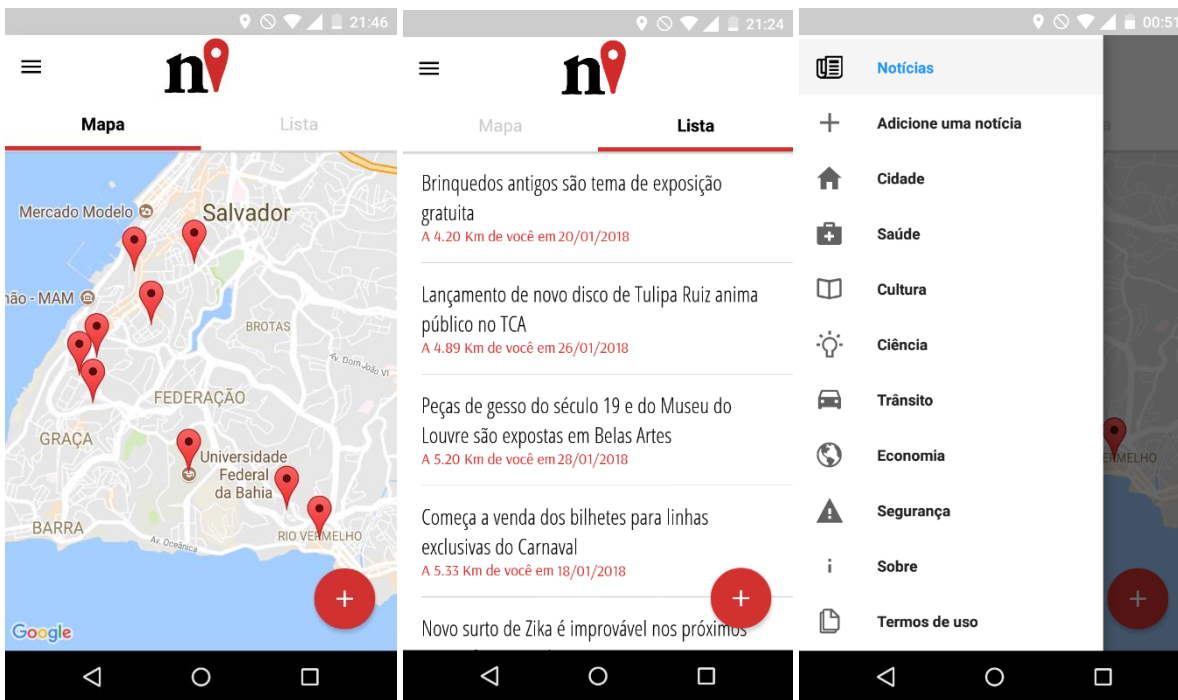


Figura 33 captura de tela pelo smartphone: aparência final da interface 1 (notícias pelo mapa), interface 2 (lista de notícias) e menu com notícias classificadas por categorias

As capturas de tela da *dashboard* finalizada estão disponíveis na seção “*Plataforma de gerenciamento de conteúdo*” deste memorial e as finais da versão *web app* em “*Web app de NI*”.

Fase quatro: início dos testes com a publicação na loja de aplicativos da Google e envio dos convites aos testadores e *feedback*.

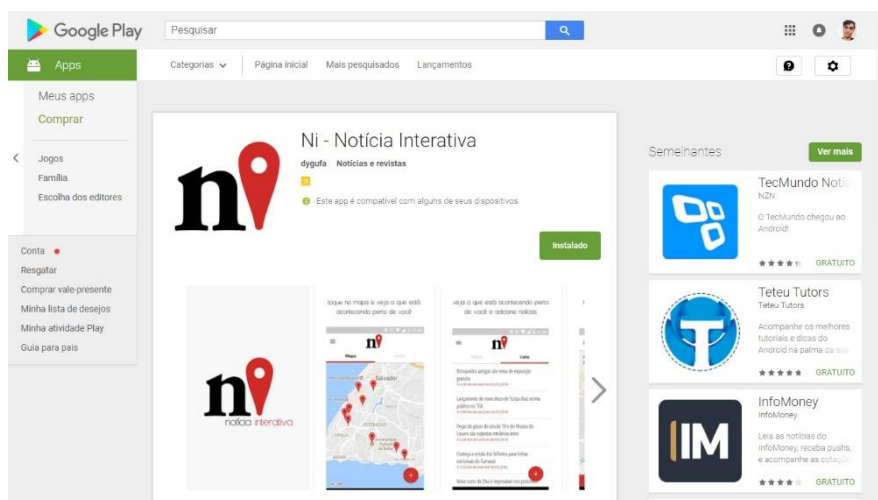


Figura 34 captura de tela pelo navegador do desktop: presença do aplicativo na loja da Google

3.6 Período de testes

No final de todo o processo de programação, foi iniciado o período de testes com os usuários da comunidade da UFBA. Por se tratar de um protótipo e pelas limitações de equipe e tempo, o teste e uso do protótipo ficou restrito inicialmente a membros da comunidade UFBA que tinham o perfil aqui descrito nos itens anteriores. Esta escolha se deu por causa do volume de informações que a fase de avaliação poderia acarretar, além da possibilidade de não haver condições de mensurar o *feedback* dos testadores. Para fins acadêmicos, é fundamental receber e avaliá-lo. Como a comunidade UFBA tem cerca de 50 mil pessoas entre alunos, técnicos e docentes²⁹, mais de 32 mil pessoas só na graduação, seria impossível mensurar os dados com acuidade, ainda que nem todos tenham o perfil ou se interessariam em testar o aplicativo.

²⁹ A comunidade UFBA é formada por estudantes de graduação, pós-graduação, docentes e funcionários técnicos e administrativo, juntos somam aproximadamente 50 mil pessoas, sendo: 8.097 profissionais entre docentes, técnico-administrativos e terceirizados e 40.236 estudantes de cursos presenciais de graduação e pós-graduação senso estrito. O levantamento foi publicado em 2017 e está disponível para consulta em: <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/versao_digital_ufba_em_numeros_2017_0.pdf> Acesso em: 12 jan. 2018

Deste modo, os testes se concentraram em uma amostragem pequena dos membros da comunidade, o equivalente a cerca de 0,1%. Foram escolhidas por mim 30 pessoas de diferentes idades, sexo, curso e região para compor a base de usuários. O período começou no dia 16 de janeiro e seguiu até o dia 30 de janeiro. Uma segunda fase de testes foi pensada para ser mais informal, observando a demanda espontânea de uso e indicações por parte dos próprios testadores ou por mim. Ela foi imaginada para ocorrer entre os dias 1 de fevereiro a 15 de fevereiro. Em tal período ocorre o Carnaval, observaremos se haverá relatos tanto sobre eventos nas comunidades quanto nos circuitos oficiais. O objetivo é obter ainda mais noções do público.

Dos 30 convites enviados, 20 instalaram e fizeram uso do protótipo, quase um terço enviou conteúdo para alimentar a plataforma. Seis se interessaram em participar e receberam o convite, mas até a finalização deste memorial não efetivaram a instalação. Um não conseguiu instalar por falta de espaço no dispositivo e três, após apresentarmos o conceito, não se interessaram em baixar ou não confirmaram o convite a tempo de integrar a base inicial de testes.

Após a seleção, foi solicitado o e-mail usado na Google Play Store, para que o convite de testes fosse enviado, em seguida, foi mandado um *link* para o *download* pela loja da Google. A loja classifica os aplicativos em fase Alfa e Beta antes de qualquer lançamento oficial. A fase Alfa, resumidamente, é a primeira de todas cujo produto tem contato com o público testador. A Beta é a fase em que o aplicativo está mais robusto e os testes iniciais já foram feitos. Em seguida, o produto segue para publicação para todos. Optamos por concentrar o aplicativo apenas nas fases Alfa e Beta, já que se trata de um protótipo.

A primeira versão do protótipo, classificada como a versão Alfa foi publicada na loja da Google em 16 de janeiro. Ela é compatível com 12.842 dispositivos e incompatível com 2.300, estes últimos são os equipamentos que têm versões do Android inferior a 4.1 – atualmente o sistema está na 8.0. Os *downloads* começaram a serem feitos gradualmente no dia 18 de janeiro. Foram dadas as instruções de uso, o passo a passo para o *download*, instalação e explicado o conceito. No protótipo havia um texto explicando o que ele é e como usá-lo. No decorrer dos testes, em média cinco a seis dias após o *download*, foi enviado o formulário e o grupo de testadores que fizeram uso respondeu a um questionário³⁰ no qual passaram as impressões que poderiam colaborar para aprimorar uma possível versão final (pública e disponível à todos) e para as considerações e reflexões desse memorial. Para garantir que uma pessoa que não

³⁰ Formulário disponível em: <<https://goo.gl/forms/34HCTFwCVEJImw6i1>>

estivesse no grupo dos testadores respondesse ao formulário, foi pedido nele que cada um confirmasse o e-mail antes de responder às questões.

Fazer a instalação de um sistema em testes nem sempre é uma ideia confortável para as pessoas, já que não há garantia total de sucesso. Foi preciso levar em conta as próprias limitações de *hardware* de cada dispositivo. Por tal motivo, tentamos ao máximo oferecer um produto que não consumisse nem muito espaço no armazenamento interno dos aparelhos, nem interferisse no desempenho para execução de outros aplicativos, já que se o testador percebesse que o protótipo poderia comprometer os demais usos de seu *smartphone*, haveria a desinstalação imediata e perdas para mensuração deste experimento.

Assim, a fase de testes representou mais um desafio no experimento, não só por conta das limitações do tempo, mas também para que as pessoas fizessem uso do aplicativo. Por mais empolgados que estivessem com a proposta quando feito o convite, houve dúvidas do que enviar para à plataforma.

Considero a participação satisfatória, por alcançamos quase um terço de testadores que enviaram conteúdo, o que nos permitiu ter uma rápida impressão do que poderia ser o comportamento das audiências. Boa parte dos testadores que não enviaram, justificaram a ausência por não terem encontrado ou presenciado nada de interessante que pudesse ser compartilhado durante os dias de teste. Entendemos que até um produto ganhar adesão com o público é necessário tempo e incrementos. O período de testes tem mais a função de ouvir e observar o que as pessoas entendem e fazem uso no protótipo do que o fluxo de postagens em si.

Sobre os modos de uso dos testadores, os que não são da área do jornalismo, normalmente enviavam conteúdo como se fosse de fato um relato em primeira pessoa. Usavam verbos no passado, presente contínuo ou no presente simples. Por se tratar de um aplicativo, as pessoas tendiam a escrever pouco (algo entre dois ou três parágrafos de duas linhas) ou como em aplicativos de mensagens instantânea (com textos fracionados). Talvez isso possa servir para pensar formatos de texto ou infográfico, como já acontece em alguns jornais³¹ que fazem simulação de aplicativos em textos jornalísticos. São todas possibilidades válidas para tentar contar histórias em formatos que possam ser atrativos ao público. Os usuários testadores que são da área da comunicação tenderam a enviar textos mais parecidos com o formato da notícia

³¹ O jornal argentino *La Nación* publicou uma entrevista com candidatos a deputados e senadores de forma descontraída simulando a interface do aplicativo de mensagens instantâneas, o *WhatsApp*. O leitor, inclusive, podia interagir escolhendo as perguntas.

Disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar/2072740-chatea-con-los-candidatos-por-whatsapp-y-conocelos-en-su-version-mas-descontracturada>> Acesso: 17 out. 2017

jornalística. Outra característica comum aos aplicativos foram os textos com palavras trocadas provavelmente pelo uso do corretor ortográfico, abreviações e erros de digitação, mas nada que impedisse à compreensão.

As informações enviadas, ainda que os testadores fossem da comunidade da UFBA e pudessem falar dela, variavam e incluíam outros locais da cidade, como os que fazem parte da vida das pessoas que usaram **NI** durante o experimento. As temáticas se concentraram em pautas sobre o cotidiano da cidade (Problemas urbanos, Acidentes, Segurança e Infraestrutura), festas e eventos culturais. Um dos usuários testadores enviou texto de outro veículo por não ter compreendido totalmente a proposta. Surgiram dúvidas também se o conteúdo enviado no aplicativo seria publicado diretamente no perfil no Facebook, ainda que na tela de autenticação fosse informado que não, e estivesse claro nos Termos de Uso e na Política de Privacidade, o que faríamos com as informações da rede social.

Um fato curioso que considerei positivo foi de no período de testes ter existido interesse de participantes quererem convidar outros amigos a também avaliarem o produto. Tal ação partiu justamente de pessoas que moravam na Liberdade, um dos bairros mencionados na introdução que possui histórico de veículos hiperlocais. Evidentemente, isso não quer dizer que todos os testadores da comunidade tenham o mesmo interesse, mas pode ser uma pista para melhor entender o comportamento deles. No questionário de *feedback* quando perguntados se indicariam o produto a outros amigos numa escala de um a cinco, em que um é improvável e cinco é muito provável, a percentagem foi: 5 (54,5%), 4 (27,3%) e 3 (18,2%). O que mostra um cenário positivo para **NI**.

O questionário de avaliação trouxe contribuições igualmente valiosas como período de uso, frequência de abertura do protótipo, entendimento da proposta de uso e características da interface. Quando perguntados sobre o que acharam da proposta, do total de testadores, apenas dois encontraram dificuldades em entender a proposta, os demais não relataram problemas ou confusão. Destaco as seguintes impressões:

É uma proposta muito interessante que aproxima o leitor/público do compartilhamento de notícias e da agenda do seu próprio bairro. De certa forma, a notícia está em interação e circula por pontos onde às vezes os repórteres não chegam. É uma grande oportunidade de aproximar as pessoas para a produção jornalística, objetiva e simples. (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

Não lembro de ter visto propostas semelhante em forma de *app* e tamanha facilidade para o leitor contribuir. Gostei bastante, principalmente da simplicidade ao enviar notícias. (Testador UFBA, estudante Jornalismo)

De extrema importância, onde as pessoas podem ver o que está acontecendo pela cidade em um determinado lugar específico. (Testador UFBA, estudante de Química)

Adorei. Creio que o aplicativo traz consigo uma oportunidade de reflexão sobre os atores principais do jornalismo. Com o NI não há uma "autoridade" quanto a quem deve fazer "jornalismo". Com poucos direcionamentos, qualquer pessoa pode fazer um texto com uma informação contida nele. Isso também já renderia outro debate: as regras para considerar algo notícia ou não, ainda estão válidas? Além disso, outro ponto bem legal do aplicativo é a facilidade de saber algo que está acontecendo muito próximo de onde estamos. (Testador UFBA, estudante de Letras)

Achei interessante. Dá possibilidade de unir todas as notícias produzida pela comunidade em um lugar só, de entretenimento a denúncia. (Testador UFBA, estudante de Produção em Comunicação e Cultura)

Achei interessante. Pode ser muito útil, inclusive, em viagens, quando buscamos notícias e opções culturais locais. (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

Quando perguntados numa escala de 1 a 5, sobre a possibilidade de utilidade do aplicativo na comunidade, os testadores marcaram majoritariamente entre 4 e 5 (45,5% cada) e 3 (9,1%). No que diz respeito a utilidade no próprio cotidiano, responderam: 5 e 4 (27,3% cada), 3 (36,4%) e 1 (9,1%). Perguntados se baixariam na versão final, os testadores marcaram: 3 (45,5%), 5 (36,4%) e 4 e 2 (9,1% cada). Sobre a frequência de abertura do aplicativo no período de testes marcaram: 3 (36,4%), 2 (27,3% cada), 4 (18,2) e 5 e 1 (9,1% cada). Consideramos esses números expressivos e positivos para o experimento, já que conotam interesse pela plataforma.

Outro dado interessante do *feedback* foi o período de abertura do aplicativo. A maioria concentrou-se no uso pela noite (45,5%) e tarde (27,3%) o que também se assemelha com o que foi discutido no relatório publicado pela Reuters Institute mencionado no capítulo de introdução deste memorial. Em uma perspectiva também parecida sobre o consumo, ao ler as notícias pela noite, pode ser estabelecido o vínculo com os produtos autóctones (para *tablets*) (BARBOSA, 2013) que normalmente são disponibilizados no final do dia. Careceria de mais usuários e relatos para solidez das impressões.

Os testadores avaliaram também a interface do aplicativo, que a considerou intuitiva e funcional (36,4% e 63,4, respectivamente). No campo das sugestões foi dado algumas como: a da inserção de pinos coloridos para indicar os assuntos pelas seções (cidade, cultura, etc.), possibilidade de digitar o nome do local, ao invés de arrastar o pino do mapa na tela até o ponto, de salvar notícia como rascunho antes de publicar, para não perder o que já vinha sendo escrito. Parte do grupo sentiu falta dos botões de compartilhamento das notícias via redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, e também das notificações de alerta para algo que por ventura estivesse acontecendo no local. Além disso, deram sugestões para que fosse melhorada

a precisão na localização, gerenciador de anexos para inclusão de fotos instantâneas e explicitasse mais nos termos de uso as penalidades para quem enviasse informações falsas.

Sobre a possibilidade de usos das comunidades os testadores indicaram uso positivo no cotidiano, ao mesmo tempo houve ressalvas para a importância no gerenciamento de conteúdo, destaco as seguintes opiniões:

Se não houver um gerenciamento de notícias será uma bagunça. (Testador UFBA, estudante de Psicologia)

Acredito que para relatos pontuais, ligados a ordem do dia, para denúncias e talvez para divulgação e autopromoção de ações locais. (Testador UFBA, estudante de Comunicação do mestrado)

[O uso deles será] Adicionando eventos culturais, notícias sobre a comunidade, e não só das que vivem, como de outras em que a pessoa trabalha ou circula. (Testador UFBA, estudante de jornalismo)

Acho que [para elas] poderia ser uma forma fácil de saber o que está acontecendo no entorno. Tanto questões culturais, como da cidade, saber locais com engarrafamentos, problemas de violência, etc. (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

Acho que para [elas] fazerem uma outra narrativa mais dura dos fatos, diferente dos jornais. Ou até mesmo pautar assuntos corriqueiros e específicos da região que não valem grandes destaques na mídia. (Testador UFBA, estudante de Letras)

Acredito que vai ser bem utilizado [por elas] em pautas que promovam a cultura dos bairros e que denunciem problemas sociais. O aplicativo vai contribuir de forma positiva para o processo de democratização da comunicação. (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

Senti que se este aplicativo vier a ser utilizado em ampla escala, será muito útil na vida das pessoas e eu me sentirei colaborando com isso. A proposta da interatividade é bem interessante, mas como filtrar o que é verdade e o que é especulação? (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

[Elas podem usar] Antes de iniciar um trajeto naquela localidade, por exemplo, um acidente no trânsito que deixou a via congestionada. Se está acontecendo alguma festa naquele local e por isso há dificuldade de chegar ao seu destino. (Testador UFBA, estudante de Jornalismo)

Por fim, avaliamos o processo de testes como etapa importante para ter as impressões iniciais do público. Na direção de confirmação de hipóteses de uso e expectativas dos testadores e da própria proposta de NI, careceria de um teste Beta com mais avaliadores em diferentes cantos da cidade, além de uma equipe de jornalista para dar conta da apuração resultante do fluxo de informação que poderia emergir das comunidades. Os dados do questionário, somado a conversas informais, indicaram tanto os problemas e fragilidades do protótipo (como a ausência de sistema de notificações, compartilhamento de notícias, imprecisão na localização, entre outros) quanto aos prováveis usos das comunidades, o que para este experimento se torna um ganho para as considerações aqui expostas diante do modelo colaborativo e hiperlocal. Caso

este aplicativo se torne algo maior, caberá também fazer uma campanha de divulgação que deixe ainda mais claro os termos de uso, como operar, colaborar e enviar informações pelo sistema, já que, no *feedback* com testadores foram observados os dois relatos e ações que sugeriram indicar desconhecimento das instruções de uso.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ter como projeto de TCC a construção e teste de um protótipo de um aplicativo pensado do zero foi um dos maiores desafios da minha graduação. Ainda que não tenha criado os códigos, pensar e estruturar o funcionamento de todo um sistema, se configurou como um exercício reflexivo do que vem a ser e produzir nesse e (para esse) atual cenário de redes digitais e produção jornalística. O **NI** é um aplicativo para dispositivos móveis Android, que possui uma versão no formato *web app* acessível em todos os equipamentos que dispõe de um navegador conectado à internet. Por meio do aplicativo, qualquer pessoa pode enviar informações de cunho noticioso a partir da geolocalização, ou seja, ele permite que distintos atores da sociedade possam expor a própria realidade. O modelo de produção se fundamenta no jornalismo colaborativo de fonte aberta, guiado pela produção de proximidade hiperlocal, com características da quarta e quinta geração do jornalismo em redes digitais, imerso à convergência de meios, conforme foi explicitado ao longo do memorial.

Para que este projeto fosse viabilizado foi necessário o intercâmbio entre áreas de conhecimento para além do jornalismo como a da Engenharia da Computação e do Design, este último já vem sendo estimulado no próprio curso nas disciplinas optativas ofertadas, que, como mencionei anteriormente, cursei e pude obter noções deste campo que é de suma importância para se pensar em como entregar histórias de forma atrativa para as audiências. Da área da Engenharia da Computação, entretanto, meu contato era restrito, apenas movido pela curiosidade para aprender sistemas mais simples em *HTML*, *CSS*, e mais recentemente *Python*, assim, sem a aproximação com o Rodrigo Araújo, que é da área da Computação e já trabalha nela, não seria possível dar forma a esse projeto. O intercâmbio de conhecimento nestas áreas foi um dos maiores ganhos pessoais na realização do experimento.

A troca de conhecimento entre áreas é importante, principalmente diante dos cenários de mudanças na imprensa, cujos veículos constantemente vivem a revisão de equipes, das estratégias e dos modelos de negócios. Evidentemente, esse movimento de trocas tem de ser sem se afastar da principal função do jornalista, que é a de contar histórias e servir ao interesse público. Ao contrário, com o intercâmbio de áreas, o jornalismo pode explorar outras ferramentas que são capazes de impulsionar o seu papel nas sociedades democráticas. O modo de funcionamento de **NI**, conforme discutimos nos capítulos anteriores, pode motivar ao jornalista a repensar suas funções e a explorar outras para além das técnicas e das habilidades

empregadas no factual, o que para a sociedade, pode representar ganhos ao que é de interesse público.

Um dos maiores desafios deste experimento foi o de coordenar as etapas de programação e de pensar e repensar as funções diante dos resultados pré-alcançados e as limitações de tempo e orçamento. As reuniões constantes para abordar as questões, a preocupação com o design e formas, tudo isso se configurou como um saber novo. No entanto, só podemos ver a validade de uma ideia materializada em um protótipo quando ele é de fato testado por usuários de diferentes realidades, como tentou-se fazer em tal projeto. O *feedback* recebido ocasionou novas reflexões, revisão de funções e deu sinais de como a comunidade pode se apropriar desta ferramenta desenvolvida em favor de si.

Um dos primeiros *feedbacks* recebidos, tratou sobre a importância em poder abordar outras pautas da comunidade, isto é, mostrar mais lados e narrativas distintas do que a imprensa normalmente consegue produzir. Sobretudo nos locais que são frequentemente relacionados aos problemas sociais e de violência urbana. Sabemos que nem todas as empresas jornalísticas têm braços para alcançar realidades hiperlocais, por isso, desenvolver soluções como a que foi proposta, sugere contribuição para a diminuição de tais lacunas. Foi positivo também perceber o interesse e a visão sobre as possibilidades nas formas de uso pelas comunidades.

Assim exposto, finalizo o memorial com mais algumas reflexões alcançadas ao longo do processo deste TCC. No decorrer da graduação, por mais imerso que estejamos no cenário das mídias convergentes e da produção em redes digitais, ainda é latente a necessidade de se debruçar um pouco mais nas discussões mais recentes de produção em jornalismo, não apenas no âmbito das técnicas de escrita e apuração, mas em formatos e suportes possíveis para entregar o conteúdo noticioso que emergem em tal contexto.

Nesse sentido, a academia é fundamental por trazer exemplos de sucesso de outros lugares do mundo que vem sendo posto em prática, ainda eles se encontrem em uma realidade completamente diferente da encarada por profissionais em Salvador; já que, na rotina entre cumprir obrigações de estágio e faculdade nem sempre há espaço para pensar ou buscar algo distinto do que está posto no cotidiano.

Os eventos e o contato com profissionais que entendem que o momento é de mudanças e de exercitar pensar soluções para reinvenções e inovações na área da imprensa representa também um ganho para qualquer estudante que esteja dando os primeiros passos na área. Realizar o projeto me ajudou a visualizar um pouco mais esse cenário e refletir diante dos exemplos trazidos tanto pela academia, quanto pelas práticas com o mercado.

O NI se trata de um protótipo, o começo de algo com potencial de se tornar maior. Conjecturando usos em realidades como a brasileira e a soteropolitana, dispor de um sistema como o proposto e testado aqui, pode ocasionar em outros tipos de apropriação por parte das comunidades. Capaz de assisti-las em suas necessidades cotidianas, sobretudo no que diz respeito a rapidez em desmentir informações falsas, como as da temática de segurança, normalmente espalhadas rapidamente nos aplicativos de mensagens instantâneas. Penso assim ao observar a própria proposta de modelo colaborativo exposta aqui, que dá ao usuário, com a força de seu relato, condições de ele mesmo produzir a informação ou desmenti-la, que, somado com a acuidade do jornalista como parte do processo, resultam como mais um auxílio a diminuição da desinformação. Por vezes, a informação local diz mais a um leitor do que as globais, por isso reforço, com base nos estudos que embasaram esse projeto, a devida importância de se olhar mais para o que as comunidades e a cidade podem oferecer de informação. É claro que tais hipóteses de uso são apenas estimativas, especulações diante de um olhar sob a realidade local. Precisaríamos de mais testes e a efetiva adoção pelas comunidades para conferir a validade delas.

Ainda no que diz respeito a este projeto condicionar o início para algo maior, relembro as várias conversas tidas com o programador, das leituras de depoimentos sobre inovação no jornalismo, dos encontros com o grupo de pesquisa da faculdade – o GJOL – que davam ênfase no quão importante é ter a clara noção de que nenhum aplicativo ou sistema nasce pronto, inclusive é bom que ele nasça de uma ideia simples, funcional e à medida que mais pessoas usem, se agregue novas funções e usos. Assim, aproveito para traçar mais possibilidades funcionais que este protótipo, convertido como um aplicativo para o público geral, pode vir a incorporar.

A primeira é a de disponibilizar uma versão para outro sistema móvel, o iOS, da Apple. Como mencionei no início do memorial, até mesmo as grandes marcas estão atentas a ofertar os seus produtos para o máximo de usuários. A segunda, seria o aperfeiçoamento da *web app*, para que reproduza a dinâmica do aplicativo. No que diz respeito às funções, o fato de usar a localização para produzir e distribuir notícias, representa a possibilidade de expansão na oferta informativa, ao agregar sistemas de indexação de conteúdo – até de outros veículos locais e hiperlocais – com base na localização do usuário, semelhante ao conceito da *Google News* ou *Apple News*, mas aqui guiado pelas noções do jornalismo hiperlocal. Em paralelo, adição de sistemas de notificações, alertas de notícias por região e algoritmos avançados para fornecer ao usuário a informação relevante e de credibilidade.

Na interface, agregar itens que facilitem ainda mais o compartilhamento de notícias, como o recurso de gravar áudios direto da tela de envio, ao invés de ter que gravar para só então anexar, a mesma praticidade para gravação de vídeos e fotografias. Considero a gravação de áudio na tela importante tendo em vista a tendência da comunicação cada vez mais oral, já explorada pelos próprios *smartphones* com os sistemas inteligentes de assistentes virtuais. No relatório da Reuters Institute, citado no capítulo de introdução, é mencionado que há um movimento crescente de uso dos áudios no jornalismo. Com tais incrementos, poderíamos expandir ainda mais a proposta de contar história com base no local para alcançar a realidade universal; com o diferencial de em todo processo haver condições de às comunidades produzirem entre si informações sobre a própria vivência coletiva.

Além desse objetivo de dar a comunidade condições de falar de si mesma, outra questão que surgiu nesse processo é a do jornalista de fato se preparar cada vez mais para pensar em soluções de produção em redes digitais. Acredito que quanto mais formos estimulados a pensar nelas para conter os nossos problemas, limitações e novos desafios da área; quanto mais pensarmos em ferramentas para além das que já existem, isto é, experimentar mais; mais chances teremos de alcançar novas esferas e manter a relevância para sociedade.

Penso ainda que quanto mais as empresas jornalísticas se abrirem para experimentar e aprender com os erros, mais chances elas terão de pensar produtos atrativos para suas audiências e autossustentáveis financeiramente. E, principalmente, em buscar a independência de sistemas de terceiros, como os indexadores como a Google e as redes sociais Twitter e Facebook – este último, inclusive, recentemente mudou a política de exibição de conteúdo jornalístico, o que representa perdas ao acesso de notícias aos veículos.

As grandes empresas jornalísticas internacionais e nacionais tendem a cada vez mais olhar e produzir atentas a este cenário. Neste TCC, ao pensar um sistema do zero e desenvolver um protótipo, pude refletir um pouco mais sobre parte dos desafios que emergem na imprensa contemporânea, do que é ser jornalista e estudar a área em meio às sociedades cada vez mais conectadas e com ofertas informativas nos suportes variados. Dos relógios digitais às *smarTVs*, a notícia está em todo lugar e, enquanto desenvolvedores de **NI**, nos atentamos justamente ao que acontece ao redor do usuário, ao que diz respeito à comunidade. Esperamos que com essa ferramenta elas possam contribuir diretamente para a construção da notícia e de um espaço urbano cada vez mais plural.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- ALMEIDA, Yuri. **A segunda geração do jornalismo colaborativo: quando as bases de dados se tornam dispositivos para produção colaborativa de conteúdo**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2014.
- ARAGÃO, Rodrigo. **O leitor na notícia: participação no jornalismo, normatização e alargamento do campo mediático**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2012.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2007.
- _____. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o Uai e o iBahia**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2002.
- _____. **Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org.) *Notícia e Mobilidade. Jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 32-54.
- BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo *open source*: discussão e experimentação do OhmyNews Internacional**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2006.
- CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo**. In: CORREIA, João Carlos (Org.). *Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades*. LabCom Books. 2012. p. 35-47.
- CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013.
- CARMO, Fernando Corrêa do. **Jornalismo móvel: um estudo do noticiário produzido para celulares**. Dissertação (Mestrado) em Comunicação na Contemporaneidade. Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero. São Paulo, 2008.
- CARVALHO, J.M; CARVALHO; A.M.G. **Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade**. In: CARVALHO, J.M; BRONOSKY (Org.) *Jornalismo e Convergência*. São Paulo, Cultura Acadêmica. 2014. p. 69-87.
- CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. LabCom Books. 2012.
- DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão de jornalista**. 9ª ed. São Paulo: Summus, 2009.
- GARCÍA, Xosé López. **Ciberperiodismo en la proximidad**. La Reserva. Sevilla (Espanha). 2008.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.
- GRUJIC, Andrej. **Psicologia das cores**. São Paulo. IN: RAMOS, Ricardo Argenton. *O sistema visual humano*. 2014. Disponível em:
<http://www.univasf.edu.br/~ricardo.aramos/disciplinas/CompAplicSaude2014_1/Aula_RicardoRamos_O%20sistema%20Visual%20Humano.pdf> Acesso: 27 mar. 2017

HOHENBERG, John. **Manual de jornalismo**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1960.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. **Estratégias de abertura: o jornalismo de fonte aberta dos casos Indymedia, CMI, Slashdot, Agoravox, Wikinotícias e Wikinews**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2007

KANE, John. **A type primer**. Second Edition. Upper Saddle River. USA. Pearson Education. 2011.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. Ática, São Paulo, 1985.

_____. **Relacionamento do repórter com as fontes: procedimentos e Teoria**. IN: A reportagem. Record, 2001.

_____. **Estrutura da notícia**. 6ª ed. São Paulo: Ática, 2006.

LEITE, Carlos Fernando; SILVA, Paulo Celso. **Comunicação, Mídia e Lugar; A apropriação socioespacial dos meios de comunicação, da perspectiva material/conceitual**. IN: LUGAR COMUM, n° 42. p. 177-190.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato na notícia na escrita hipertextual**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia. 2003.

PALACIOS, Marcos; BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; CUNHA, Rodrigo. **Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones**. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. (Orgs.). **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Livros Labcom, 2015. p.7-42.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. 2004. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm> Acesso: 19 jan. 2017

ROCHA, J.M. **O local e o global: conceitos e tendências do ciberjornalismo regional de dourados**. 2014.

SANTOS, Julia Gonçalves Simões dos; CARVALHO, Juliano Maurício de; LOURENÇO, André Luís. **Jornalismo Hiperlocal na Era Digital: perspectivas práticas, conceituais e metodológicas**. Intercom. 2016

SERPA, Angelo. **Lugar e mídia**. São Paulo. Contexto. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume I. 2ª Edição. Florianópolis, 2005.

WHITE, Jan V. **Edição e Design: para designers, diretores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores**. São Paulo. JSN Editora, 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Termos de uso

TERMOS DE USO DE NI - NOTÍCIA INTERATIVA

O NI – Notícia Interativa é um aplicativo sem fins lucrativos desenvolvido durante um trabalho de conclusão de curso, em 2017-2018, no âmbito da Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). A seguir, estão descritas as bases para o funcionamento do produto. Por meio desta plataforma de uso gratuito, qualquer usuário pode enviar conteúdo para comunidade da qual fizer parte a partir da geolocalização.

1. Termos gerais

Ao compartilhar conosco suas informações e relatos, nós nos comprometemos a mantê-los em segurança e a não expor publicamente quaisquer dados que possa comprometer a privacidade dos testadores.

A aplicação está em fase de testes, por isso, mudanças, exclusões e inclusões de funções podem ocorrer, assim como instabilidades no servidor sem qualquer prejuízo aos responsáveis por NI.

Ao concordar com este termo de uso, o usuário está ciente de que qualquer material enviado pode não ser publicado se for de cunho ofensivo, opinativo ou pessoal. Não são aceitas publicações políticas, tampouco de propaganda ou pornografia. Também não são aceitas publicações ou qualquer conteúdo de outros veículos informativos como jornais, revistas ou blogs comerciais.

O aplicativo não armazena dados pessoais e nem faz qualquer coleta para uso publicitário, detalhes de uso dos seus dados estão disponíveis no documento '**Política de privacidade**' disponível na interface.

Ao usar a plataforma, o usuário cede temporariamente informações como a localização.

2. Política de conteúdo

Nós não nos responsabilizamos pelos conteúdos enviados pelos colaboradores cuja identificação é pública.

Ao enviar o conteúdo, o usuário autoriza para a plataforma a publicação na mesma, inclusive em outros canais de divulgação que possam existir, como sites, páginas em Redes Sociais como Facebook e Twitter, e renuncia a cobrança de qualquer valor monetário para o aplicativo.

Não serão publicadas imagens ou vídeos com *copyright* de empresas privadas e nem de outros usuários. Ao enviar o conteúdo, o usuário está ciente de que é autor do mesmo ou tem autorização para o envio.

Não serão publicadas fotografias ou vídeos de teor sensível, como imagens de violência explícita ou que possam ferir os direitos humanos. Tampouco são publicadas imagens ou vídeos de cunho pornográfico.

O usuário pode enviar qualquer conteúdo audiovisual que complemente o texto que está compartilhando com a plataforma. Podem ser inseridos telefones e contatos para melhor aprofundamento, no entanto, não divulgaremos estas informações de contato para outros usuários da plataforma, tampouco para terceiros.

Responsabilidades do usuário

Ao usar o aplicativo para enviar conteúdo, o usuário se declara maior de 18 anos e não estar usando para autenticação uma conta falsa ou de empresa na rede social Facebook. O uso de contas falsas para difusão de informações falsas pode ter implicações jurídicas e legais para o usuário.

O usuário não pode usar o aplicativo para enviar conteúdo de teor político e opinativo, tampouco fazer divulgação de seus serviços e/ou de terceiros.

Não são publicados ou tolerados conteúdos que estimulem o discurso de ódio contra minorias ou com teor racista, homofóbico, transfóbico ou que incentive o machismo.

Ao enviar um relato, o usuário se compromete a apresentar APENAS e SOMENTE informações verdadeiras das quais pode comprovar facilmente.

Não são permitidos envios de postagens de cunho ofensivo ou pejorativo. Publicações com este teor ou com palavras de baixo calão são descartadas e o usuário pode ser impedido de continuar testando o serviço.

O usuário não pode enviar conteúdo de SPAM, caso o faça, pode perder o direito de usar a plataforma.

Este documento pode ser ampliado e revisto a qualquer momento, cabendo ao aplicativo informar as mudanças aos usuários.

O Usuário declara ter lido e estar ciente e de pleno acordo com o conteúdo e condições deste Termo de Uso.

O Usuário declara ter lido e estar ciente e de pleno acordo com os termos e condições apresentados no documento de Política de Privacidade.

Salvador, 15 de janeiro de 2018

APÊNDICE B – Política de privacidade

POLÍTICA DE PRIVACIDADE NI – NOTÍCIA INTERATIVA

O NI – Notícia Interativa é um aplicativo sem fins lucrativos desenvolvido durante um trabalho de conclusão de curso, em 2017-2018, no âmbito da Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). A seguir, estão descritas as políticas de privacidade do produto. Por meio desta plataforma gratuita qualquer usuário pode enviar conteúdo para comunidade a partir da geolocalização.

1. Dos dados coletados pela plataforma

Ao utilizar a plataforma, é necessária a autenticação com a conta do usuário na rede social Facebook. Nós não temos acesso, tampouco armazenamos sua senha ou qualquer informação pessoal. Não temos acesso a, por exemplo, mensagens pessoais trocadas e nem analisamos suas atividades na rede social. A autenticação é usada por nós apenas para identificá-lo (a) como usuário real.

Ao utilizar a plataforma, temos acesso a sua localização, mas não armazenamos qualquer dado para fins publicitários ou lucrativos. Apenas para compor, disponibilizar e identificar as notícias. Não publicamos nada em seu perfil, nem mesmo as notícias que compartilhe conosco.

Ao usar a plataforma e compartilhar conosco arquivos como vídeos e imagens, nós temos acesso a sua galeria de foto e vídeos, no entanto, armazenamos apenas os arquivos que são enviados e autorizados por você.

Ao selecionar fotos ou vídeos é possível o uso da câmera para produzir instantâneas por você. Nós não temos controle e nem fazemos fotos ou vídeos a partir de seu dispositivo.

Quando você instala o aplicativo, lemos informações de identidade do seu dispositivo, mas não usamos ela para publicidade e nem fornecemos o dado a terceiros.

Ao usar o aplicativo, usamos a conexão de internet para o envio e recebimento de dados. Nós não nos responsabilizamos pelos custos de conexão e nem coletamos dados de sua rede como senhas de pontos de acesso.

2. O que fazemos com seus dados

Os dados coletados pela plataforma são usados para compor as notícias (artigos), nós não utilizamos a sua localização aproximada para lhe oferecer serviços, tampouco armazenamos ou temos acesso a elas em segundo plano.

Nós utilizamos os arquivos compartilhados e autorizados por você para compor as notícias.

Podemos usar arquivos compartilhados por você na nossa plataforma em notícias e nos nossos canais de divulgação. Ao concordar com este termo, o aplicativo se isenta de qualquer pagamento monetário ao usuário.

3. Nossa responsabilidade com seus dados

Todos os dados pessoais que você compartilha conosco são armazenados com segurança e não são disponibilizados para terceiros e nem para uso publicitário.

4. Responsabilidades do usuário

O Usuário declara ter lido e estar ciente e de pleno acordo com o conteúdo e condições do documento de Termos de Uso.

O Usuário declara ter lido e estar ciente e de pleno acordo com os termos e condições apresentados no documento de Política de Privacidade.

Este documento pode ser ampliado e revisto a qualquer momento, cabendo ao aplicativo informar as mudanças aos usuários.

Salvador, 15 de janeiro de 2018

APÊNDICE C – Questionário de avaliação

1. O que você achou da proposta do aplicativo? *

2. Logo ao abrir o protótipo, lhe era clara a proposta de uso? *

Sim. Percebi pela interface que as notícias eram mostradas para mim a partir da minha localização. Ao ver o "+" induzi que poderia enviar algum tipo de conteúdo.

Não. Vi as listas e o mapa e não entendi muito bem o que fazer.

Não. Até entendi a lista, mas não sabia o quê enviar ou como enviar

3. Numa escala de 1 a 5, como você avalia a utilidade do app para o dia a dia nas comunidades? *

1 2 3 4 5

(1 = pouco útil e 5 = muito útil)

4. E numa escala de 1 a 5, como você avalia a utilidade do aplicativo para O SEU cotidiano? *

1 2 3 4 5

(1 = pouco útil e 5 = muito útil)

5. Numa escala de 1 a 5 qual a probabilidade de você usar o aplicativo na versão final disponível para todos? *

1 2 3 4 5

(1 = improvável e 5 = muito provável)

6. Numa escala de 1 a 5, com qual frequência abriu o aplicativo? *

1 2 3 4 5

(1 = raramente e 5 = frequentemente)

7. Qual período você costumava abrir o aplicativo? *

Manhã Tarde Noite Madrugada Quase não abri o aplicativo

8. Quanto à interface do aplicativo, você considera *

Pouco intuitiva Intuitiva Funcional Confusa

9. O que você acha que poderia melhorar na interface principal (a do mapa)? *

10. E quanto a interface da lista? *

11. Conte-nos como foi a sua experiência ao tentar enviar notícias usando o aplicativo *

12. Você teve dificuldades no processo de envio de notícias? *

Não enviei notícias

Não tive dificuldades em enviar notícias, a interface é clara e limpa

Sim, na própria interface. Não consegui arrastar o pino e/ou usar outras funcionalidades

Sim, não consegui adicionar anexos ou o tempo de carregamento foi longo

Sim, minha localização falhou ou não era precisa

Senti falta de mais instruções na tela de envio de notícias Tive dúvidas quanto ao formato de texto a ser enviado e no que enviar

Outro: _____

13. Se você não enviou notícias, qual foi o motivo?

Não se aplica, eu enviei pelo menos uma notícia

Não me interessei em enviar

Não sabia o que enviar

Durante o período de testes, não ocorreu nada que pudesse ser relatado

Outro: _____

14. Sobre a proposta do aplicativo, como você imagina que a comunidade fará uso? *

15. Conte-nos o que mais gostou/aprovou na proposta e no protótipo que baixou *

16. Se lançada uma versão final, qual a probabilidade de você indicar outras pessoas a baixarem o app? *

1 2 3 4 5

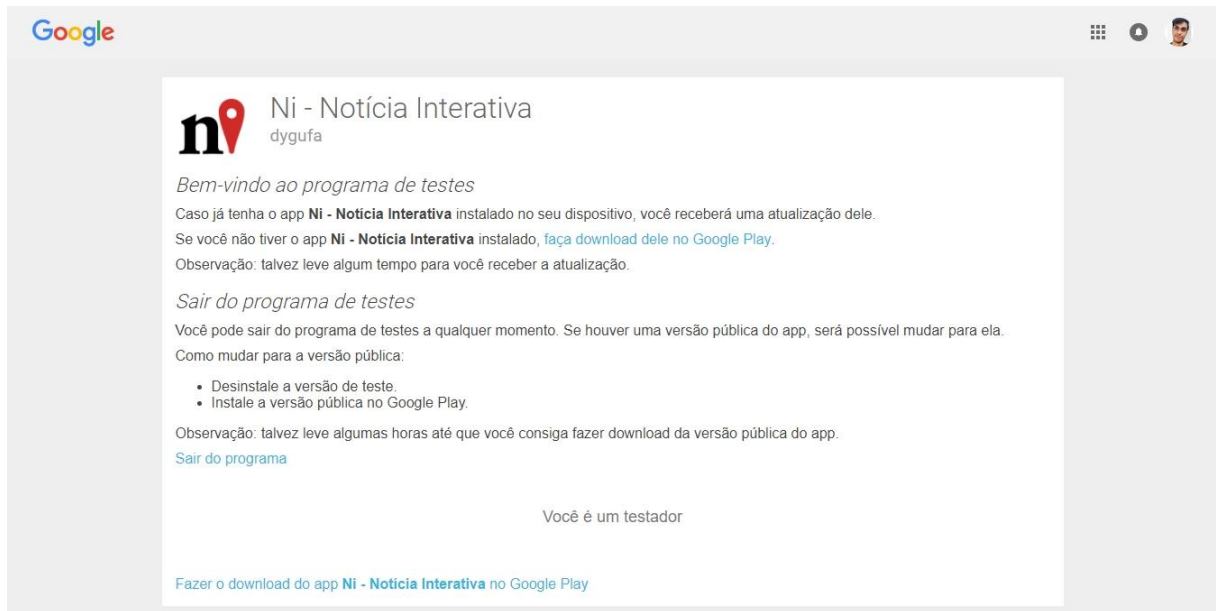
(1 = improvável e 5 = muito provável)

17. Use este espaço para fazer críticas, relatar problemas ou sugestões *

** Pergunta obrigatória*

ANEXOS

Anexo A – Captura de tela por navegador: tela de confirmação de participação dos testes



Anexo B – Captura de tela por navegador: e-mail de confirmação de início dos testes enviado aos testadores

