

**JORNALISMO BASEADO
EM LOCALIZAÇÃO: O caso
do Breaking News**

LOCATION-BASED JOURNALISM:
The Breaking News case

PERIODISMO BASADO EN LA
UBICACIÓN: el caso Breaking
News

**Lucas Santiago Arraes Reino¹
Eduardo Campos Pellanda^{2, 3}**

RESUMO

O consumo de notícias em cibermeios é em sua maioria feito a partir da publicação cronológica das notícias, da busca por temas específicos, ou pela leitura daquilo que é considerado mais importante pelo editor do jornal e colocado em destaque. Consumir notícias pelo filtro da localização geográfica da pessoa é uma nova possibilidade criada pelos Sistemas Baseados em Localização, que reúnem o acesso à internet, os sistemas de posição geográfica tecnologias de dispositivos de comunicação móvel. Para iniciar uma análise a respeito disso que aqui chamamos de Jornalismo Baseado em Localização, é

¹ Doutorado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, mestrado em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília e graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Professor da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: lucas@ufma.br.

² Doutorado e mestrado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Graduação em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pós-Doutoramento pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT) - Boston - EUA. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e coordenador do Laboratório de pesquisa em mobilidade e convergência midiática (UBILAB). Email: eduardo.pellanda@pucrs.br.

³ Endereço de contato dos autores (por correio): Universidade Federal do Maranhão, CCSST. Rua Urbano Santos, S/N, Centro, CEP: 65900-410, Imperatriz, MA, Brasil.

apresentado o exemplo do site de notícias Breaking News e como ele vem utilizando esses recursos.

PALAVRAS-CHAVE: Ciberjornalismo, Geolocalização, Breaking News, Sistemas Baseados em Localização

ABSTRACT

The consumption of news in online media is mostly made from the chronological placement of stories, from the search for specific topics, or by reading what is considered most important by the editor and put in the spotlight. Consume news at the person's geographic location filter is a new opportunity created by Location Based Systems, which gathers the internet, the geographical position systems technologies for mobile communications devices. To start a review about it here called Journalism Based on location, the example of Breaking News news website is presented and how it has been using these resources.

KEYWORDS: Ciberjournalism, Geolocation, Breaking News, Location-Based System

RESUMEN

El consumo de noticias en cibermedios se compone sobre todo de la publicación cronológica de las noticias, desde la búsqueda de temas específicos, o mediante la lectura de lo que se considera más importante por el editor y, de ese modo, puesto en relieve. En consumo de noticias, hecho por el intermedio del filtro de ubicación geográfica de la persona, es una nueva posibilidad creada por los Sistemas Basados en la Ubicación, que reúne el acceso a internet, los sistemas de posición geográfica y las tecnologías de dispositivos de comunicación móviles. Para iniciar un análisis sobre el tema propuesto, acerca de lo que en este artículo hemos llamado Periodismo Basado en la Ubicación, se presenta el ejemplo del sitio de noticias Breaking News y cómo se ha estado utilizando de estos recursos.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 3, n. 3, Maio. 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

PALABRAS CLAVE: Ciberperiodismo, geolocalización, Breaking News, Sistemas basados en la localización.

Recebido em: 22.02.2017. Aceito em: 20.04.2017. Publicado em: 01.05.2017.

Introdução

Escolher a melhor rota para uma viagem, o par ideal para um relacionamento amoroso, pedir comida, chamar um táxi, ou um motorista particular são ações cotidianas que atualmente podem ser realizadas através de aplicativos em dispositivos móveis. Por trás dessa tarefa de interligar uma pessoa em um local físico ao ciberespaço, a informações em bancos de dados digitais e também a outras pessoas é realizado pelo uso em conjunto de dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*, internet e sistemas de informação geográfica, como o GPS (Sistema de Posicionamento Global, em inglês), sendo esse conjunto chamado de Sistemas Baseados em Localização - SBLs (BRIMICOMBE e LI, 2009).

Os aplicativos são a interface com o usuário, eles são colocados em dispositivos móveis para realizar as ações desejadas, mas são os Sistemas Baseados em Localização que conectam o espaço físico e o ciberespaço, que relacionam as informações entre os dois ambientes. Como exemplo, de forma simplificada, quando um motorista solicita uma rota mais rápida, o aplicativo no celular identifica a posição geográfica de seu usuário, usando a trilateração com satélites do GPS, coloca ele em um mapa digital no aparelho e busca informações em bancos de dados de mapas e de trânsito na Internet, processando as possibilidades de caminhos e compreendendo o contexto do trânsito naquele momento.

Mapear uma rota mais curta era possível fazer com mapas no papel, verificar quais são as vias mais engarrafadas pode ser feito ouvindo programas de rádio que informam sobre o trânsito, o que mudou com os SBLs foi a capacidade de compreender, em tempo real, o contexto em que estamos e para

onde vamos fisicamente (REINO, 2015). Isso se amplifica com os aplicativos interligando a compreensão dos contextos de todos os usuários e criando uma consciência coletiva, como propôs Lévy (2003), e complexamente entrelaçada entre o ciberespaço e o espaço físico.

As mudanças que os SBLs promovem já ganham destaque em diversos usos, porém em outros ainda carece de uma adoção maior por parte dos usuários e também de mais aplicativos desenvolvidos e pesquisas acadêmicas que discutam suas relações. Este artigo propõe auxiliar nesta última demanda, discutindo o uso de SBLs no jornalismo, o que vem gerando o que nomeamos (REINO, 2015) Jornalismo Baseado em Localização.

O termo não é novidade, mas contempla melhor a proposta dessa discussão do que outros como o proposto por Oppengaard e Raaby (2015) que usaram jornalismo baseando lugar, defendendo que o lugar retoma a questão da proximidade para a imprensa ou Weiss (2014) que fala de jornalismo espacial, citando como exemplos não só SBL, porém com enfoque em mapas de infografia. Há ainda Goggin, Martin e Dwyer (2015) usam notícias locativas e Currie (2011) fala de conteúdo baseado em localização, direcionando mais às redes sociais baseadas em localização como fonte para os jornalistas. Nyre et al. (2011) são quem sugerem jornalismo baseado em localização, que é a terminologia mais afinada com os termos adotados neste trabalho, já que foca sistemas baseados em localização e jornalismo.

Os SBLs são desdobramento do conceito de mobilidade, porque integram novas tecnologias, Rheingold (2003) apontou que o novo regime tecnológico que esses dispositivos móveis oferecem não é apenas uma maneira de fazer as coisas que já fazíamos em movimento, mas uma maneira de realizar coisas que não se podia anteriormente. Nesse sentido, este artigo se propõe a

estudar as possibilidades de consumo de informação jornalística em conjunto com Sistemas Baseados em Localização. Para isso foi analisado o jornal Breaking News, que é uma referência por ser o primeiro a usar, em grande escala, as tecnologias citadas na publicação de notícias.

Jornalismo Baseado em Localização

Quando se fala em consumo e veiculação de notícias, o foco é voltado para a relação entre o leitor e o veículo de comunicação, entre os fatos relatados pelo jornalista através de notícias que são entregues ao consumidor em um programa de rádio, uma edição de um jornal impresso, uma página na internet ou outra forma como um aplicativo para telefone celular.

Geralmente esse consumo é relacionado com a cronologia dos fatos, como no jornal que traz as últimas notícias, ou em termos de interesse, quando busca-se informações a respeito de um assunto específico. Mas a localização pode ser uma alternativa valiosa para o consumo, já que em alguns momentos a informação do que acontece ao seu redor, já aconteceu ou está prevista para ocorrer, é mais relevante do que é a última notícia.

Para identificar, a partir de um exemplo de uso de tecnologias e serviços baseados em localização, as potencialidades que o jornalismo pode agregar ao seu funcionamento, é possível usar o exemplo do site de notícias BreakingNews.com, um dos primeiros que reúne jornalismo e SBL (REINO, 2015).

BreakingNews.com

Criado por Michael Van Poppel em 2007 como um perfil do Twitter, o BreakingNews surgiu como uma forma de noticiar os acontecimentos mais

relevantes na rede social, focando-se em filtrar as notícias publicadas e também em coletar, a partir de *hashtags*, indicações de outras pessoas a respeito de acontecimentos que mereceriam a atenção de seus seguidores.

Em 2009 o perfil foi colocado sob o comando da rede de comunicação americana Msnbc, mas funcionando como uma *startup* independente com o mesmo nome do perfil. Com o tempo, foram criadas outras formas de publicação, além dos aplicativos Breaking News (iOS, Android e Windows) e o site BreakingNews.com. Além das plataformas próprias, algumas histórias são selecionadas para aparecer no Twitter, Facebook, Google Plus, Tumblr, Flipboard e Google Currents.

Um dos pontos de destaque que o BreakingNews apresenta é o auxílio na divulgação do conteúdo publicado pelos parceiros do empreendimento. Até outubro de 2015, cerca de 400 organizações de notícias foram adicionadas à listagem do serviço, ou seja, são monitoradas pelos editores do BreakingNews. “Pense em nós como um serviço de fio em tempo real que dá o crédito quando o crédito é devido” (BREAKINGNEWS, 2015, p.1).

“O BreakingNews impulsiona milhões de cliques por mês por trazer histórias originais, sem mencionar uma explosão de compartilhamento social e uma participação na otimização para serviços de busca” (BREAKINGNEWS, 2015, p.1). Os editores monitoram diversas fontes e selecionam o conteúdo a ser publicado, indicando uma fonte com *hiperlink* para a leitura do original. Dessa forma, o serviço não concorre com os jornais, mas amplia o alcance deles.

Segundo a explicação publicada no próprio site do BreakingNews (2015, p.1), é feita sempre uma filtragem considerando interesse de cada história a ser publicada, se é regional, nacional ou internacional, se ela é dirigida apenas a uma pequena parcela de leitores ou a todos, criando com isso um filtro

espacial, de interesse de proximidade, levando em conta o contexto de cada um, mas massivamente, já que determina que todos de uma determinada região podem se interessar pelo tema. “Se é uma notícia de última hora local, pessoas que estão fisicamente perto da história poderão vê-la aparecer automaticamente no aplicativo Breaking News” (BREAKINGNEWS, 2015, p.1).

Para o serviço o objetivo principal é, de acordo com sua página, identificar os primeiros relatos das histórias mais relevantes. Essa noção está presente desde o nome da publicação, Breaking News, equivalente a notícias de última hora. Por ser de característica noticiosa, o Breaking News evita artigos de opinião, perfis e outros textos menos factuais. Apesar da separação por região, o Breaking News afirma em sua página de descrição que tenta evitar notícias “verdadeiramente locais” (BREAKINGNEWS, 2015, p.1).

Um dos problemas que o BreakingNews enfrenta, principalmente por sua natureza imediatista, são as informações falsas enviadas para o noticioso. A apuração é o momento em que se evita ao máximo esse problema, mas além de caracterizar-se pela velocidade de divulgação, o BreakingNews não está em contato direto com as fontes. Portanto, se um conteúdo é publicado equivocadamente por um veículo, o site pode cometer o mesmo erro ao reproduzi-lo.

Paine (2015, p.26) afirma que o crescimento na quantidade de notícias falsas é um dos problemas com que os jornalistas envolvidos com redes sociais precisam aprender a lidar, e cita o próprio processo de avaliação do BreakingNews como exemplo de trabalho de apuração digital.

Clipes falsos e fotos estão aparecendo mais rápido do que nunca -às vezes minutos após uma história ser conhecida -, fazendo o nosso trabalho mais desafiador do que nunca. Ajuda estar procurando conteúdo diariamente no YouTube, Twitpic e outros serviços, e nossa

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

memória institucional pega muitas falsificações. Nós também tomamos várias medidas para verificar as fotos e vídeos (tempo, lugar, usuário, história, etc.), e, em caso de dúvida, contatamos o fotógrafo. Se acontecer de estar errado, nós postamos imediatamente uma correção. (BREAKINGNEWS, 2011, p1).

Mesmo sendo um trabalho diferenciado de apuração e publicação de conteúdo, o que faz do BreakingNews um exemplo relevante o suficiente para ser escolhido para este trabalho como estudo de caso para a questão do uso de serviços baseados em localização e jornalismo, em especial no consumo e na veiculação de notícias, é o alerta de proximidade que seus aplicativos possuem. Ao ativar o conteúdo de acordo com a localização, o BreakingNews consegue reunir as três tecnologias necessárias para formar um serviço baseado em localização: internet, para o envio de conteúdos, serviços de informação geográfica, com a localização via GPS, e o dispositivo móvel reunindo os outros dois em um celular ou *tablet*.

O alerta de proximidade é um recurso recente. No BreakingNews, começou a ser utilizado em 12 de junho de 2014, constituindo, talvez, o primeiro uso comercial de um serviço baseado em localização para veiculação de notícias. Sua característica inovadora foi o motivo para ele ser um dos três finalistas do Online Journalism Awards de 2015, na categoria inovação técnica a serviço do jornalismo digital. Promovido pela Online News Association, que reúne veículos da imprensa que atuam na área digital nos Estados Unidos, o prêmio selecionou também como finalistas o Pulp: AJAM's Open Source Comics Platform, da Al Jazeera America Digital, e o AI2HTML do The New York Times, sendo esse último anunciado vencedor no dia 27 de setembro de 2015.

Quando o uso do recurso de alerta de proximidade foi divulgado para os leitores, primeiro para o iOS e dois meses depois para o Android, a explicação dada foi a seguinte: "Alertas de proximidade são reservados para grandes

histórias que têm uma alta probabilidade de impactar diretamente, ou, no mínimo, no mínimo, histórias que estejam despertando a curiosidade de pessoas ao seu redor” (BREAKINGNEWS, 2014, p.1).

No lançamento do novo recurso, o BreakingNews informou que além de monitorar os sites de rede social e verificar as notícias em tempo real, a publicação começou também a “decidir com base na geografia – seja um trecho estreito como um bairro ou uma larga região como um país - quem estará recebendo um alerta de proximidade” (BREAKINGNEWS, 2014, p.1). E lembra que o recurso está disponível para todo o planeta: “Ele funciona internacionalmente, também, e vai segui-lo quando você viajar - um recurso inestimável (BREAKINGNEWS, 2014, p.1).

O alerta de proximidade foi testado em casos de acidentes de avião, tiroteios em escolas, incêndios e outros eventos significativos. “Por exemplo, nós testamos com o colapso do edifício East Harlem, em março, que expeliu uma grande coluna de fumaça sobre Manhattan e desligou uma importante linha de transporte na área” (BREAKINGNEWS, 2014, p.1). Após os primeiros relatos, o BreakingNews enviou uma notificação para os usuários de teste em Nova Iorque, informando antes dos outros veículos nacionais (BREAKINGNEWS, 2014, p.1).

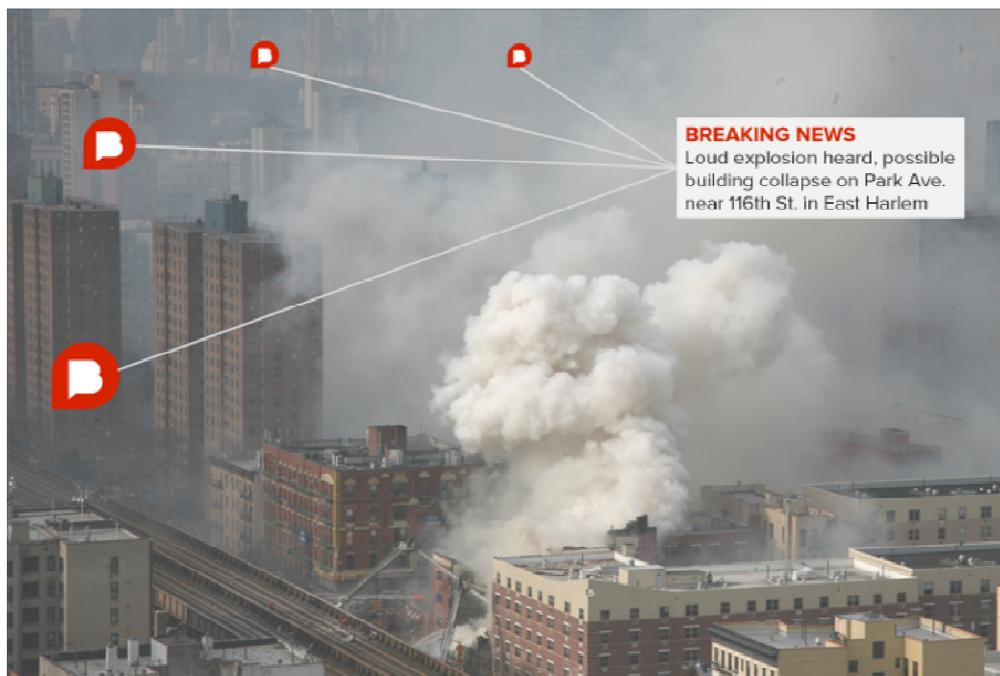


Figura 1: Ilustração dos alertas do colapso do edifício East Harlem Fonte: Adnan Islan, (BREAKINGNEWS, 2014, p.1).

Atualmente o recurso de alerta de proximidade está disponível para todos os usuários do BreakingNews por meio de aplicativos. Além de dar os avisos para as matérias de interesse por localização, o site apresenta um mapa com os locais das notícias definidas por coloração: círculos mais avermelhados são mais atuais e mais para o azul são mais antigas, permitindo a escolha de notícias por localização, uma alternativa para a navegação manual e não orientada pela posição geográfica do dispositivo de leitura. A opção de navegar pelas notícias através das regiões em que elas estão marcadas também é acessível de um computador de mesa ou notebook.

A limitação de proximidade permitida pelo BreakingNews é de no mínimo um quilômetro de circunferência do ponto onde o dispositivo está, e de

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

160 Km no máximo, sendo que é possível estabelecer qualquer número nesse intervalo. O recurso é pode ser definido no mapa com o ponto de localização que o sistema de informação geográfica determinou automaticamente, o que auxilia na identificação da área.

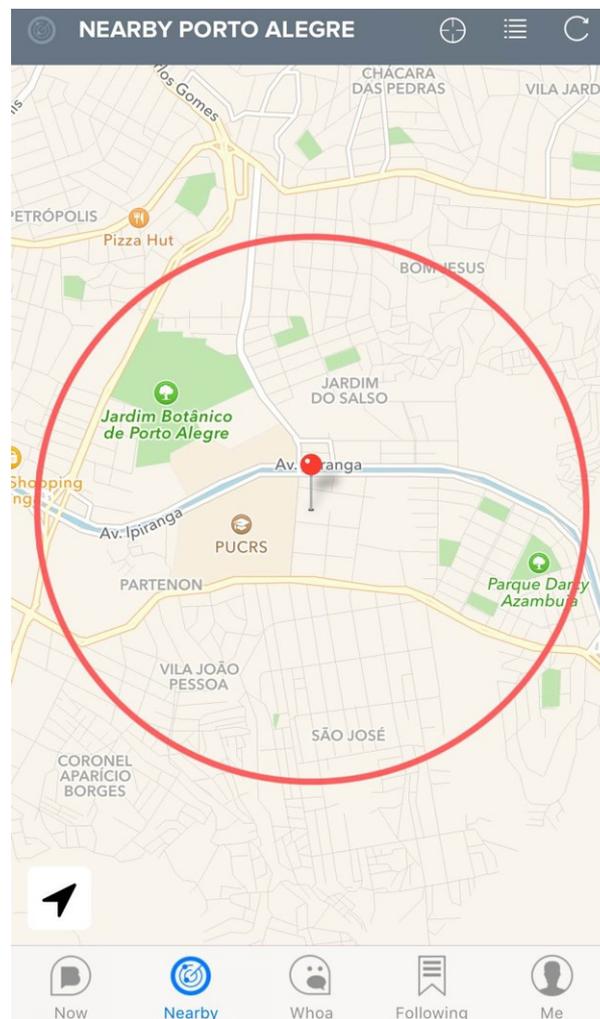


Figura 2: Tela de definição em 1,6 Km de proximidade no aplicativo BreakingNews.

Fonte: Captura de tela do App em um iPhone 6 Plus

Em texto publicado no site NiemanLab (LICHTERMAN, 2015), Cory Bergman, cofundador do BreakingNews e gerente geral do jornal explicou que a proposta do veículo é noticiar de forma mais compacta possível: "É uma vitória para nós, se você pode apenas olhar para o telefone ou o seu relógio e obter as informações de que você precisa" (LICHTERMAN, 2015, p.1).

Bergman conta que é feita uma avaliação a respeito de cada tema e de cada fonte da informação. "Cada história é um julgamento, uma avaliação de risco. (...). Entre as fontes que nós olhamos, nós sabemos, historicamente, quais tendem a ser mais precisas e elas recebem um pouco mais de peso em nossa tomada de decisão". (LICHTERMAN, 2015, p.1). Em casos em que há dificuldade na interpretação dos fatos, os editores do BreakingNews chegam a esperar pela concordância de três fontes distintas para enviar um alerta aos leitores sobre o assunto.

Na parte técnica, Bergman (LICHTERMAN, 2015, p.1) relata que o sistema gerenciador de conteúdo construído para o BreakingNews é focado em velocidade. Então quando é inserido o conteúdo o próprio sistema já sugere alguns locais para marcar como relevantes para o conteúdo e tópicos a serem relacionados. O gerente considera que 80% do guia de estilo do site, que orienta a respeito da forma como devem ser inseridos os conteúdos, é focado nos tópicos e na localização, que mostra o valor deles para o empreendimento.

A sugestão feita pelo sistema sempre passa por um editor, fazendo parte do fluxo de decisões que os responsáveis por essa área no jornal têm de tomar. Ben Tesch, diretor criativo do BreakingNews, explica que os editores "podem olhar para a notícia e dizer o que mais corretamente afeta que níveis de fronteiras geográficas" (ELLIS, 2014, p.1)

Na imagem a seguir está uma cópia da página do BreakingNews do dia 19 de outubro de 2015, na qual é possível ver os pontos geográficos com os quais as notícias relatadas no site estão relacionadas. Os pontos com maior quantidade de conteúdo estão nos Estados Unidos e, como o fuso horário influencia no noticiário, as mais atuais às 19h35 no Brasil também estão lá, já as mais antigas estão no Oriente, em países como a Rússia e o Japão.

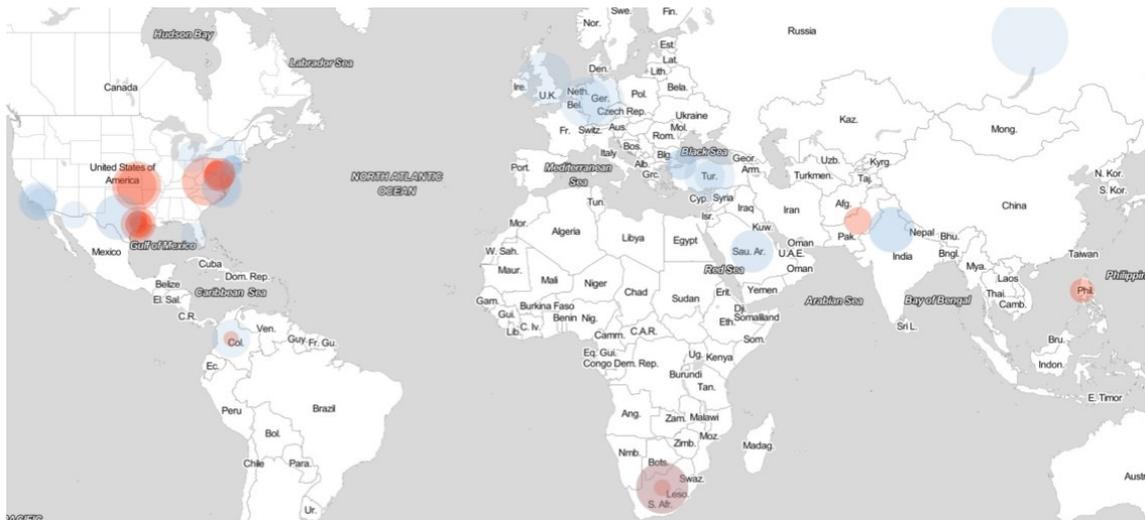


Figura 3: Mapa de notícias no site BreakingNews. Fonte: Reprodução do site

Conteúdo

Para analisar a produção do conteúdo a partir dos locais definidos pelos editores, foi feita uma coleta durante um ciclo inteiro de um dia de publicações.

Como é um ciberjornal, a rotina de publicações não depende de horário para ir ao ar nem da impressão da edição do dia. Por isso, o ciclo da notícia - a chegada da informação na redação, a apuração, redação, publicação, leitura, comentários, repercussão - em um cibermeio não demora horas, podem ser apenas alguns minutos.

Rosemberg e Feldman (2008) citam a fala do ex-primeiro-ministro britânico, Tony Blair, para explicar a mudança do ciclo de notícias que a internet promoveu. Em 2007, duas semanas antes de deixar o cargo, ele fez uma declaração criticando a mídia da Grã-Bretanha. Segundo o ministro, o conjunto de veículos cobrindo notícias o tempo todo, incluindo aí canais de notícia, forçava os políticos a dar constantes declarações e respostas, e lembrou que, enquanto em 1997 havia uma questão por dia a ser trabalhada, em 2007 era uma pela manhã, uma à tarde e no começo da noite o texto era outro.

Esse ciclo de notícias deixou de ser de 24 horas para todas as editorias de notícias. O BreakingNews é um dos resultados dessa mudança na produção e no consumo de conteúdo noticioso. Não só pelo interesse em informação, mas porque o alcance aumentou, é possível escrever para milhões de pessoas em todo o mundo, e a todo o momento existem diferentes leitores acessando os sites de notícia, de lugares e com interesses diversos e com proximidades e distâncias próprias.

Inicialmente seria feita apenas uma coleta, realizada a partir das 10 horas (horário oficial do Brasil) da terça-feira, 20 de outubro de 2015, recuperando as publicações das 24 horas anteriores postadas na página do BreakingNews. Foram 261 itens coletados, mas com base neles surgiu o questionamento sobre se esse poderia ser um dia atípico, com um número muito maior ou menor de conteúdo, o que deformaria a análise.

Para confirmar a primeira coleta, foi feita uma nova seleção utilizando o mesmo ciclo de notícias a partir das 10 horas de quinta-feira, 22 de outubro de 2015, retornando 24 horas até a quarta-feira. Se os números fossem confirmados seria possível seguir em frente, mas o resultado diferiu em 39% do

primeiro, foram 365 publicações feitas no mesmo período, um valor muito grande para considerar como margem de erro.

Uma nova coleta foi definida, para ser a contraprova das duas primeiras. O mesmo procedimento foi adotado: a partir das 10 horas da sexta-feira, 23 de outubro de 2015, recuperando retroativamente até o dia anterior, sem incidir no mesmo período da segunda seleção de postagens. O resultado foi semelhante ao segundo, com 364 publicações encontradas.

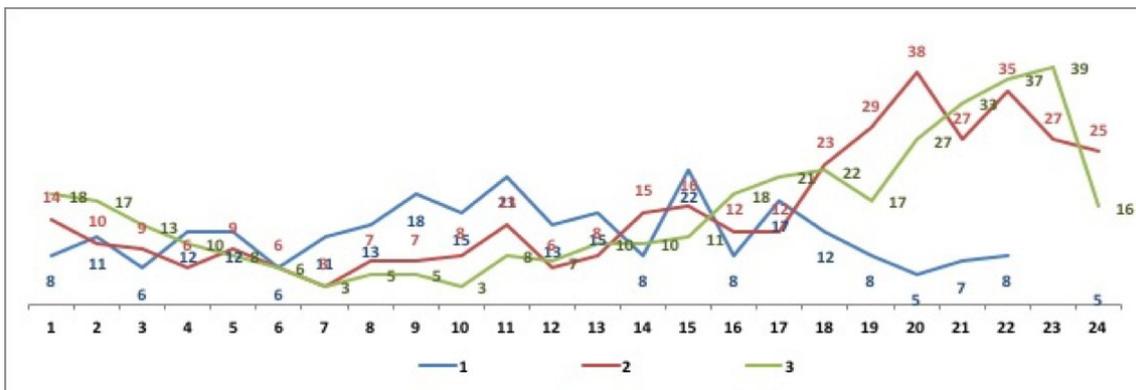


Figura 4: Publicações por hora nos três dias de coleta. Fonte: Reino (2015)

Ao colocar no gráfico separando os dias em cores diferentes e mostrando a evolução através do dia da quantidade de postagens, ficou evidente que houve dois picos no segundo e no terceiro dias, que geraram uma grande diferença em relação ao primeiro. A partir dessa informação quantitativa, foi necessário analisar qualitativamente o que aconteceu para justificar esse aumento.

No segundo dia de coleta, entre a hora 18 e a hora 24, que equivale ao período entre 16 horas e 10 horas do dia anterior, o número foi elevado por ter sido o período em que começaram a chegar notícias a respeito do assassinato

de um policial em Nova Iorque (EUA) e sobre o anúncio feito pelo vice-presidente americano de que não concorrerá à Presidência no próximo ano, sendo ambas as notícias cheias de repercussões.

No terceiro dia o pico de publicação concentrou-se em um período menor, nas quatro horas entre a hora 20 e a 24, equivalentes ao período entre 10 horas e 14 horas do dia anterior, quinta-feira. O principal fato que movimentou o jornal, principalmente no período destacado, foi a presença de Hillary Clinton, ex-secretária de Estado do governo do então presidente americano, Barack Obama, na comissão especial responsável por investigar as ações do governo no ataque ao consulado americano em Bengazi (Líbia), em 2012, que resultou na morte de 15 pessoas. O depoimento da candidata considerada favorita para as primárias democratas foi transmitido ao vivo e gerou muitas fotos e textos, somando 45 publicações somente nesse dia.

Por uma hora no primeiro dia não foi feita nenhuma publicação, não foi dado nenhum aviso na página do BreakingNews a respeito de falhas ou de manutenção, então supostamente o que aconteceu foi a inexistência de fatos a serem noticiados. Na página de informação a respeito de seu funcionamento (BREAKINGNEWS, 2011) é afirmado que os conteúdos são selecionados para que só sejam publicadas notícias que se enquadrem no que eles consideram relevante, citando como forma de brincar com esse tema a enxurrada de notícias a respeito do cantor canadense Justin Bieber que eles consideram sem importância social.

Superada a fase de levantamento da quantidade de publicações por hora, o próximo item analisado a partir da coleta foi a retranca de cada item. A retranca é uma palavra ou pequena frase que informa o tema da notícia. No



ISSN nº 2447-4266

Vol. 3, n. 3, Maio. 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

BreakingNews, as retrancas servem também como hiperlinks para a lista de publicações a respeito do mesmo tema, categorizando as notícias.

A partir da observação das publicações, foi percebido que cada item inserido no website possui duas retrancas - uma que aparece na página principal e leva para o tema no qual ele foi categorizado, e outra que serve como uma sub-retranca, que aparece quando a notícia é listada em sua categoria. As retrancas no BreakingNews têm um diferencial muito importante. Algumas delas estão relacionadas com locais geográficos, algumas para países, outras para cidades e até para bairros, mas apenas nos Estados Unidos.

A retranca é a conexão entre o lugar e a notícia, mas essa conexão não acontece em todas as retrancas. Algumas, como Market, Earnings e Google, não estão relacionadas diretamente com algum espaço físico. A coleta foi feita identificando quais retrancas estavam com locais físicos definidos e quais estavam só como tema. Essa separação ajuda a entender a importância do lugar para o jornal.

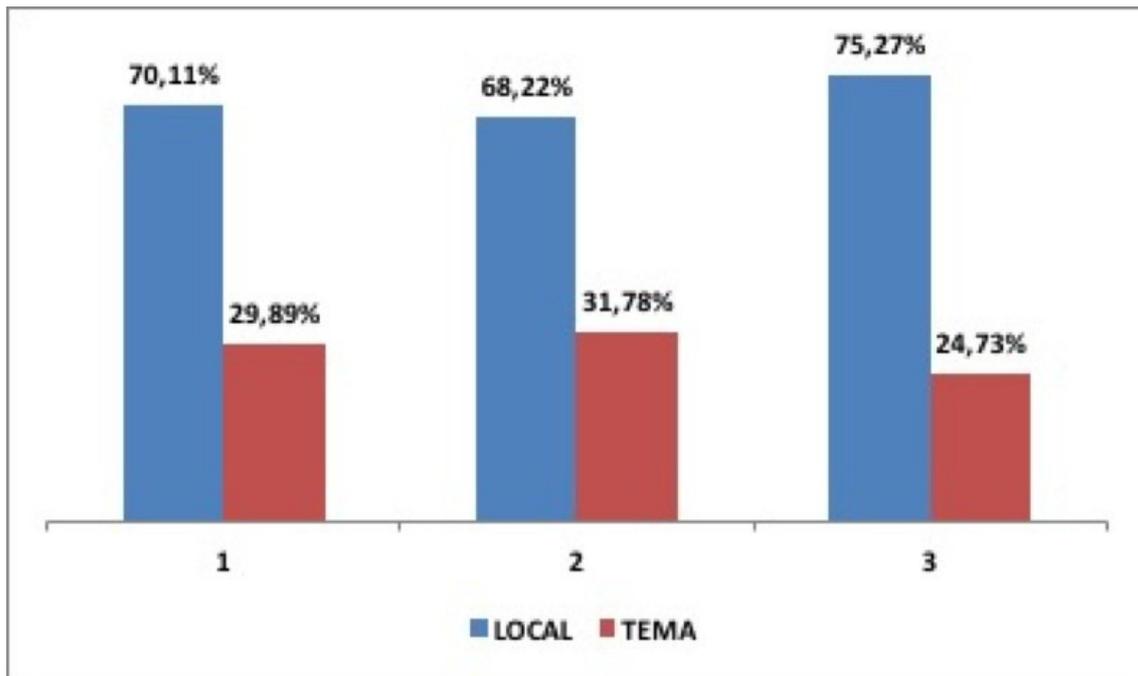


Figura 5: Retranças com locais e com temas em cada dia da coleta. Fonte: Reino (2015)

Aproveitando a coleta dos três dias, foi feita a comparação entre eles para avaliar novamente se existe alguma diferença, algo que pudesse ser considerado um desvio na coleta e prejudicar a análise. Como é possível ver na imagem acima, nos três dias o percentual de publicações com o local identificado e o daquelas cujo tema é apenas categorizado é bem semelhante, podendo ser consideradas em uma margem normal de diferença entre os períodos coletados.

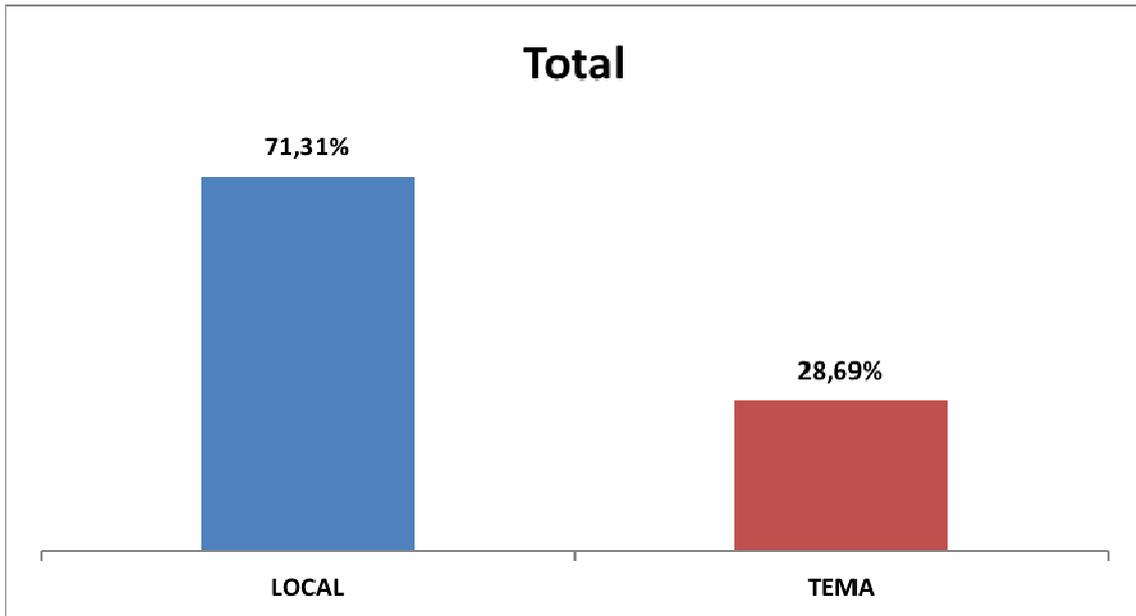


Figura 6: Comparativo entre o total de retranca dos três dias Fonte: Reino (2015)

Como os dias não tiveram grande diferença entre eles, não chegando à diferença de 10% entre o maior percentual de retrancas locais, ocorrido no terceiro dia, e o menor, no primeiro dia, o percentual comparado ficou muito próximo dos resultados separados. 71,31% das retrancas tinham conexão direta com um espaço físico, um ponto no mapa de notícias do website. O restante, 28,69%, estava com retrancas ligadas a temas, apenas categorizando as notícias.

Essa informação é relevante porque revela o foco na localização para as matérias publicadas no jornal. Também é a partir dessa conexão com lugares que é possível gerar os alertas de proximidade, recurso que desenvolve plenamente os sistemas baseados em localização no exemplo atual. Portanto, a escolha dos lugares é arbitrária por parte dos editores, e ela é preferencialmente feita, como mostra a figura acima.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

A partir da interpretação do editor, cada notícia ganha uma conexão entre o espaço físico e uma camada de informação no site, e ao acessar aquele local com um dispositivo móvel com o aplicativo do BreakingNews, acesso à internet e localização ativada, a união entre todas as partes é realizada e o lugar geográfico e o informacional são reunidos.

Se nos testes do aplicativo foi experimentado informar os leitores a respeito de um incêndio e do fechamento de linhas de metrô em Nova Iorque, hoje os avisos são feitos para alertar sobre furacões, como o Patrícia, que chegou ao México em outubro de 2015, ou para informar a possibilidade da saída do ministro da Fazenda brasileiro, também em outubro deste ano.

A capacidade de rastreamento que o ciberjornalismo trouxe é essencial para o funcionamento desse alerta. É preciso rastrear o usuário, saber sua localização, para entender o seu contexto e com isso enviar a informação que é relevante para o lugar em que ele está. A rastreabilidade permite que o contexto seja percebido e com isso a proximidade pode ser mudada, voltando assim como benefício para o conteúdo jornalístico a ser enviado para os seus consumidores.

Outro ponto que foi analisado na coleta de postagens no BreakingNews foi a de tipo de conteúdo. A ideia ao avaliar essa diferença é compreender se são textos, fotos, vídeos ou mapas os formatos mais usados diariamente pelos editores do site. Supostamente, a preferência seria por textos, já que os outros recursos demandam mais para serem elaborados, como uma fotografia que tenha valor jornalístico, ou um vídeo com qualidade e que seja feito na velocidade que um noticiário como o BreakingNews demanda.

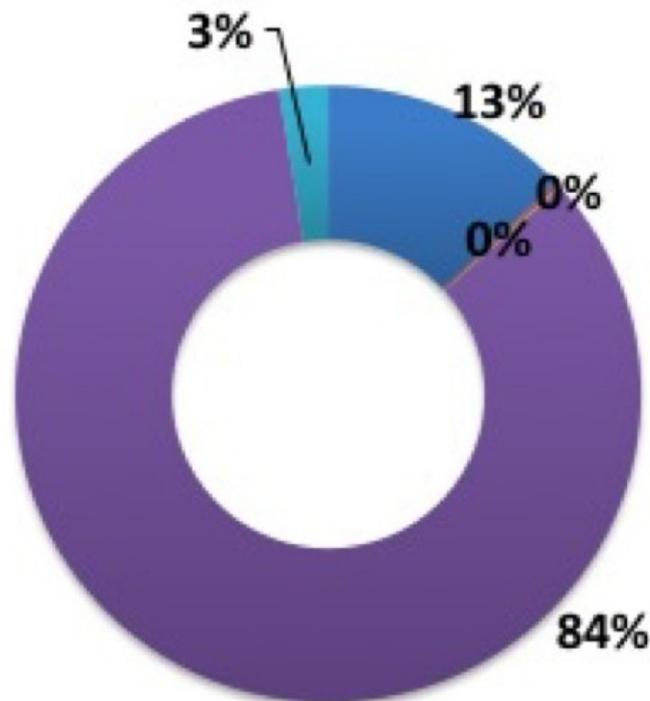


Figura 7: Tipo de conteúdo nos três dias somados. Fonte: Reino (2015)

Do total de 990 postagens publicadas coletadas para a pesquisa, 84% (833) eram no formato de texto apenas. O restante ficou dividido entre fotografia com 13% (129), vídeo com 3% (25), mapas e publicidade, ambos com menos de 1%, sendo apenas um mapa entre as 990 publicações e 1 anúncio. A preferência pelo texto pode ser entendida também pela origem do BreakingNews, que veio do Twitter, ambiente que sempre preferiu os pequenos textos.

Dentro dessa reflexão, se o BreakingNews seguir os passos do Twitter, ele deve ampliar a presença de imagens, que já são o segundo conteúdo mais publicado, e também dos vídeos, principalmente com veiculação em tempo real

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p229>

com aplicativos como o Periscope. Mas essas mudanças acabam sendo subservientes aos fatos e à capacidade de registrá-los. Nem sempre é possível fotografar ou filmar e assim o texto permanece seguro de sua presença digital.

Por último, foi feita a separação da fonte dos conteúdos que foram publicados. A ideia é mapear as principais origens e entender as características que essas fontes acabam impondo ao conteúdo e sua consequente formatação. Um exemplo dessa imposição pode ser vista no já citado Twitter, que estabelece limite de caracteres e privilegia declarações curtas, necessitando de outros sites para se ligar quando uma mensagem maior precisa ser passada.

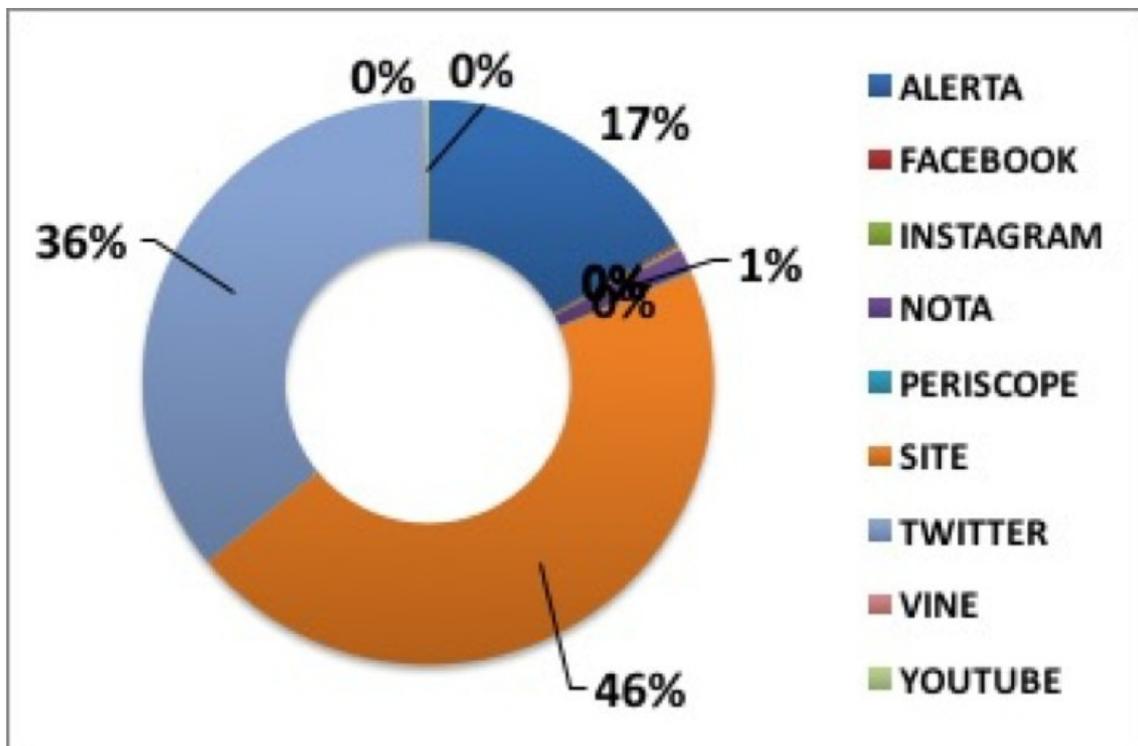


Figura 8: Fontes de conteúdo do Breaking News. Fonte: Reino (2015)

Apesar da origem no Twitter, a principal fonte de conteúdo do BreakingNews são os sites de outros jornais, que têm suas matérias divulgadas no BN junto com links para a leitura completa. Identificou-se que foram 46% das matérias com origem em sites; em segundo lugar ficou o Twitter, em terceiro, a produção de alertas e notas do editor. As duas últimas não têm links, são apenas textos com informes rápidos, como um aviso inicial de problemas em um determinado lugar, que a seguir deverão ser apurados.

Outras fontes encontradas não somam 1%: Facebook, Instagram, Periscope, Vine e YouTube. A diferença de participação das fontes de informação deve-se a diversos fatores: é certo que o perfil do Twitter é muito mais próximo de uma cobertura jornalística em tempo real do que o das outras fontes. Atrás apenas do Facebook, ele possui uma larga base de usuários, um formato já consolidado de publicação e com diversas celebridades e autoridades como usuários, costumeiramente fontes de matérias para os jornais, certificadas como autênticas, o que torna o Twitter uma fonte oficial de diversas delas.

Com base nas informações coletadas no caso do BreakingNews, é possível trazer diversas reflexões a respeito da mudança na forma de consumir os conteúdos jornalísticos. A primeira delas é que temos um novo tipo de leitor, que está em movimento e, ainda assim, está interessado em notícias, e ao se deslocar seus interesses podem ser modificados. É preciso estar atento à mudança desse contexto para conseguir atender a essa demanda.

Cory Bergman, gerente geral do BreakingNews, relatou (ELLIS, 2014, p.1) que o site ganhou em visitação, com a audiência subindo principalmente a partir de navegadores de dispositivos móveis e através dos aplicativos. Segundo o gerente, o aumento dos acessos recebidos na soma de todas as plataformas

foi de 30% apenas no primeiro trimestre de 2014, ainda antes de os alertas de proximidade entrarem em funcionamento.

O Breaking News realiza esse trabalho coletando o posicionamento do dispositivo móvel do leitor e oferecendo-lhe textos, fotos, vídeos e outros formatos que sejam relevantes para o contexto em que o seu usuário está. O leitor móvel não pode ser tratado como o leitor que fica em frente ao computador em uma sala de escritório. Ele se locomove e a compreensão dessas mudanças permite ao cibermeio permanecer relevante para seus leitores.

Em conjunto com a questão de ser um leitor em movimento, existe outro fator que modifica o consumo de notícias e que pode ser percebido na análise do BreakingNews: ser um consumidor *always on*, ou seja que está sempre conectado. O BreakingNews publicou suas postagens diariamente e, tirando uma hora no primeiro dia de coleta, a toda hora. Em uma média entre toda a coleta foram 12 publicações por hora, ou uma inserção a cada cinco minutos.

O fato de o leitor estar em movimento e sempre conectado obriga o cibermeio a, além de tratar de conteúdos internacionais, publicar constantemente. Se no próprio país-sede do BreakingNews seus consumidores estão em fusos horários diferentes, ao expandir a oferta internacionalmente o site se vê na necessidade de mudar o horário de funcionamento para que a produção aconteça durante 24 horas ininterruptas. Essa ampliação muda tanto o local das fontes de informação quanto os lugares onde estão os consumidores dela.

O BreakingNews funciona como jornal, mas ele também é uma ferramenta de divulgação do que os outros jornais, seus parceiros, estão colocando no ar. Isso porque ele segue a lógica de compartilhamento que é

natural da internet. As pessoas não consomem apenas, elas são também veículos de divulgação de todo tipo de conteúdo, inclusive de notícias. O conteúdo reduzido, indicando outro local para uma leitura mais aprofundada, permite uma velocidade muito maior, facilita a leitura em dispositivos móveis e enquadra-se melhor no novo perfil de consumo de conteúdos noticiosos.

Isso traz à tona outro ponto importante que é o design do site e dos aplicativos, que vem adequado às pílulas de informação que o BreakingNews divulga. Esse leitor que está em movimento e compartilha as notícias de seu interesse tem pressa. O formato parecido com a listagem de últimos *tweets* no Twitter, ou da linha do tempo no Facebook, cria um ambiente adequado para esse leitor navegar, e se adapta facilmente a dispositivos móveis, que têm variados tamanhos de tela.



Figura 9: Alerta do Breaking News no Apple Watch. Fonte: Captura da tela

Na figura acima uma captura do Apple Watch, relógio da Apple que permite receber alertas do BreakingNews em uma tela de menos de cinco centímetros. O tamanho dos textos e a preferência por eles permite o consumo em variados dispositivos, o que é uma exigência mercadológica para as empresas de comunicação. Hoje temos telas reduzidas como a do relógio da Apple e telas enormes para tablets, que se comparam a monitores usados em computadores de mesa.

Todas essas mudanças refletem diretamente em como é feito o consumo do conteúdo jornalístico. O dispositivo muda o conteúdo, o local muda o conteúdo, o deslocamento e a conectividade mudam o conteúdo. Muito mais que colocar um ponto no mapa para dizer que há um fato jornalístico acontecendo ali, mudou a forma de consumo, do conteúdo e o consumidor.

Em um exercício de reflexão a respeito do que já é feito no BreakingNews, é possível supor que um aumento de cibermeios deve incluir alertas de proximidade e outras formas de relação entre o espaço físico e a camada informacional noticiosa produzida por eles. Sites de notícia que produzem matérias só de um município ou talvez de um bairro, geocalizando suas publicações para esquinas, quadras, bairros, fazem com que o leitor sempre conectado esteja mais consciente do lugar onde está, dos fatos que o cercam.

Ellis (2014, p.1) aponta os motivos para o próprio BreakingNews não realizar esse tipo de aprofundamento. "Não espere que ele seja substituto para notícias locais ainda. BreakingNews, parte da NBC News Digital, tem uma equipe modesta de editores que cobrem histórias ao redor do mundo". Com isso os alertas de proximidade ficam limitados a grandes histórias com influência em mais leitores, que tenham um significado mais amplo.

Todas as ferramentas necessárias para fazer esse ambiente de consumo utilizando serviços baseados em localização, já existem, porém, e estão à disposição. Cresce também o número de pessoas com dispositivos móveis que permitem instalar aplicativos, encontrar a localização a partir do GPS ou similar, acessar a internet, entre outros recursos. O que falta é mais informação georreferenciada e que faça uso dessa capacidade, que aproveite esses recursos em benefício dos consumidores dos jornais.

Considerações a respeito de um Jornalismo Baseado em Localização

McLuhan, em seu livro *Laws of Media – The News Science*, publicado postumamente em conjunto com seu filho Eric McLuhan, apresentou um recurso valioso para estudar os efeitos da inserção de uma nova mídia: a Tétrade. Nela o pensamento deixa de ser linear e passa a discutir em forma de um mosaico dividindo em quatro partes os seguintes pontos: o que o meio aperfeiçoa? O que o meio torna obsoleto? O que o meio retoma que já havia sido obsoleto anteriormente? No que o meio se transforma quando levado ao extremo?

O que os sistemas baseados em localização aperfeiçoam na produção e no consumo de conteúdo jornalístico? Eles complementam a capacidade de contextualizar a informação, relacionando o lugar com a informação produzida sobre ele. Também o jornalista como profissional que coleta e apura as informações ganha maior capacidades de desenvolver suas matérias, o consumo através do local em que se está aprimorando a relevância das notícias para os leitores.

O valor da proximidade é retomado, já que uma nova forma de representar e de entender o que é próximo surge com essa tecnologia. A proximidade sempre foi importante para a notícia, um valor-notícia dos mais relevantes. Com a internet começou-se a enxergar melhor o global, consumir informações sobre o mundo todo, mas com o tempo e com tecnologias baseadas em localização vem-se recuperando a proximidade no consumo e consequentemente na produção jornalística.

Apontar o que vai obsolescer e o que acontece com a reversão no caso de um uso extremo dos SBL no jornalismo demanda um período mais longo para que a análise seja embasada em vestígios ou pistas do que seria real. A téttrade é uma ferramenta que auxilia na reflexão sobre novos meios, entendendo aqui que uma nova tecnologia - ou conjunto delas como os SBL - é um novo meio, mas não é uma fórmula matemática exata que recebe dados de entrada e entrega respostas.

É possível, a partir da análise dos dois casos apresentados, estudar os aperfeiçoamentos que os serviços baseados em localização trazem para o jornalismo. O primeiro ponto a se destacar é que o conteúdo vem sendo modificado, na produção e no consumo. São outras informações que surgem com as tecnologias e os sistemas baseados em localização. O meio traz suas novas mensagens.

Também pode-se constatar a partir dos casos estudados que as competências necessárias mudam, muito mais para a produção do que para o consumo. O jornalista cada vez mais precisa manusear os dados, saber coletar informações com ferramentas que trabalham com dados georreferenciados. Já o consumidor vem aprendendo, a partir de outros aplicativos e pelo uso, como tirar proveito desses sistemas. As interfaces altamente intuitivas de aplicativos

como o BreakingNews mostram que o esforço é mínimo, principalmente em comparação com o benefício obtido.

O principal acréscimo que os sistemas baseados em localização trazem para o jornalismo é o aprimoramento do contexto. Com o aprofundamento da compreensão do lugar físico, promovido pelos SBL, o jornalismo consegue corrigir um dos pecados de que ele é historicamente acusado, a superficialidade, a abordagem pouco abrangente.

Como visto anteriormente, é possível ampliar os pontos de vista e também é possível entender melhor os lugares, que são parte relevante dos fatos. Os espaços físicos podem ser o diferencial em uma notícia, então os SBL permitem uma nova compreensão dos espaços físicos, assim como do ciberespaço. Essa ampliação de visão pode beneficiar os jornais, os leitores e o jornalismo como um todo.

Outros ganhos vêm da assimilação da computação a um serviço. Além da rastreabilidade e da capacidade de manusear grandes volumes de dados, obtém-se maior precisão dos dados. A margem de erro cai drasticamente quando se fala em localização utilizando sistemas de informação geográfica, o que auxilia em outro ponto em que o jornalismo é criticado, a precisão.

Referências

BREAKINGNEWS. **Inside Breaking News. 2011.** Disponível em: <http://blog.breakingnews.com/post/9309027307/fake-news-thriving-in-social-media-this-may-not> , Acesso em: 15 de out. 2015.

_____. **Introducing proximity alerts and much more in the new Breaking News iOS app** . 2014 Disponível em: <http://www.breakingnews.com/about/>. Acesso em: 18 de out. 2015.

_____. **About Us.** 2015. Disponível em: <http://www.breakingnews.com/about/>. Acesso em: 15 de out. 2015.

BRIMICOMBE, Allan, and LI, Chao. **Location-Based Services and Geo-Information Engineering.** Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2009. ProQuest ebrary. Web. 2 September 2015.

CURRIE, Timothy. **Experiments in Location-based Content: A Case Study of Postmedia's Use of Foursquare.** 2011. Presentation at the International Symposium in Online Journalism, Austin, TX, April 1–2, 2011. Disponível em: <https://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Currie2011.pdf>, acesso em 28 de out de 2015

ELLIS, Justin. **The notification knows where you are: Breaking News debuts news alerts tied to your location.** NiemanLab. 2014. Disponível em: <http://www.niemanlab.org/2014/06/the-notification-knows-where-you-are-breaking-news-debuts-news-alerts-tied-to-your-location/> Acesso em: 26 de out de 2015.

GOGGIN, Gerard, MARTIN, Fiona, e DWYER, Tim. **Locative News: Mobile Media, Place Informatics, and Digital News2.** 015 Journalism Studies 16 (1): 1–19. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2014.890329>. Acesso em 28 de out de 2015.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 4.ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LICHTERMAN, Joseph. Push it: **How Breaking News notifies users of news stories before they become big.** NiemanLab. 2015. Disponível em: <http://www.niemanlab.org/2015/08/push-it-how-breaking-news-notifies-users-of-news-stories-before-they-become-big/> Acesso em: 26 de out de 2015.

NYRE, Lars, Bjørnstad, SOLVEIG, Tessem, BJORNAR, e ØIE, Kjetil. **Design and Evaluation of a Location-Based Mobile News Reader**. 2011 New Technologies, Mobility and Security (NTMS), 2011 4th IFIP International Conference on. Disponível em: [http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=5720634&filter=AND\(p_Publication_Number:5720565\)](http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=5720634&filter=AND(p_Publication_Number:5720565)) Acessado em 28 de out de 2015.

OPPEGAARD, Bret; RABBY, Michael K. **Proximity, Revealing new mobile meanings of a traditional news concept**, 2015. Digital Journalism DOI: 10.1080/21670811.2015.1063075

PAINE, Emory, **The Next Step: Social Media and the Evolution of Journalism** (2015). Honors eses. Paper 53.

REINO, Lucas Santiago Arraes. **Jornalismo baseado em localização: Uma análise das potencialidades na produção e no consumo de notícias**. 2015. 249 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs**. Cambridge: Perseus Publishing, 2003.

ROSEMBERG, Howard, FELDMAN, Charles . **No Time To Think: The Menace of Media Speed and the 24-hour News Cycle**. 2008. Bloomsbury Publishing USA, 240p.