

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA

GIOVANI VIEIRA MIRANDA

**UM MAFUÁ NA COMUNICAÇÃO ‘GLOCAL’:
UM ESTUDO DO CASO DO BLOGUE BAURUENSE ‘MAFUÁ DO HPA’
COMO ARENA PÚBLICA**

BAURU - SP

2016

GIOVANI VIEIRA MIRANDA

**UM MAFUÁ NA COMUNICAÇÃO ‘GLOCAL’:
ESTUDO DO CASO DO BLOGUE BAURUENSE ‘MAFUÁ DO HPA’
COMO ARENA PÚBLICA**

Dissertação apresentada no Programa de Pós Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp), como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

BAURU- SP

2016

Miranda, Giovani Vieira.

Um mafuá na comunicação 'glocal': estudo do caso do blogue bauruense 'Mafuá Do HPA' como arena pública / Giovani Vieira Miranda, 2016
122 f.

Orientador: Juliano Maurício de Carvalho

Dissertação (Mestrado)–Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2016

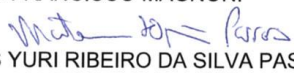
1. Esfera Pública. 2. Arena Pública. 3. Comunicação Hiperlocal. 4. Mafuá do HPA I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Um mafuá na comunicação 'glocal': Estudo do caso do blogue bauruense "Mafuá do HPA".

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de GIOVANI VIEIRA MIRANDA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO.

Aos 25 dias do mês de agosto do ano de 2016, às 14:30 horas, no(a) Sala de Reunião dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. JULIANO MAURICIO DE CARVALHO - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. MATEUS YURI RIBEIRO DA SILVA PASSOS do(a) programa de Pós-graduação em Comunicação / Faculdade Cásper Líbero, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de GIOVANI VIEIRA MIRANDA, intitulada **Um mafuá na comunicação 'glocal': um estudo do caso do blogue bauruense 'Mafuá do HPA' como arena pública**. Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: Aprovado . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão

Prof. Dr.  JULIANO MAURICIO DE CARVALHO

Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI

Prof. Dr.  MATEUS YURI RIBEIRO DA SILVA PASSOS

GIOVANI VIEIRA MIRANDA

**UM MAFUÁ NA COMUNICAÇÃO ‘GLOCAL’:
ESTUDO DO CASO DO BLOGUE BAURUENSE ‘MAFUÁ DO HPA’
COMO ARENA PÚBLICA**

Dissertação apresentada no Programa de Pós Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” (Unesp), como requisito para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva Passos
Faculdade Cásper Líbero

Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Orientador e presidente da comissão examinadora

Aos meus pais, Amélio Pinto de Miranda e Tereza Serafim Vieira Alves.

O meu pai deixou boa parte de sua felicidade de vida em uma lavoura de cana-de-açúcar. Lembro-me dele sempre acordando às 4h e voltando depois das 18h, todos os dias. Suas mãos grossas, calejadas e escurecidas nunca tinham sido usadas para escrever. Ele nunca aprendeu nem mesmo assinar seu nome. Minha mãe não teve um caminho tão diferente. Também sempre esteve na lavoura, seja ela de café, laranja ou da amarga cana. Teve que parar depois que um acidente muscular impossibilitou o excesso físico. Voltou a trabalhar de doméstica, até onde o tempo e as marcas do trabalho físico deixaram. Ela, diferentemente do meu pai, foi alfabetizada. Sabe ler, mas não passa do básico.

Eles, apesar de iletrados, sempre tiveram em mente que a Educação poderia mudar os caminhos do filho e legar-lhe um único patrimônio valioso: uma vida menos áspera e um futuro mais promissor do que o mundo em que os dois vivem. Depois de muita luta, de sonhos aprisionados e caminhos traçados quase que sem volta, eles conseguem formar o filho. O primeiro integrante da família entrando em um curso superior público. E, em breve, Mestre em Comunicação.

AGRADECIMENTOS

Quando assumimos o compromisso de nos aventurar nas dinâmicas acadêmicas, a responsabilidade logo pesa e nos faz repensar em situações adversas de toda a trajetória. Nesse espaço de agradecimento, quero lembrar todos aqueles que me apoiaram, incentivaram e não deixaram de acreditar que o filho de lavradores poderia se tornar um Mestre em Comunicação. Tenho por mim que meus pais não dimensionam a grandiosidade deste ato, embora saibam o que a Educação representa na vida de seu filho. Todo aquele incentivo que me faltou de casa, não por abandono familiar, mas sim por desconhecimento, tive que conquistar das pessoas com quem fui me relacionando ao longo desse caminho. De cada uma delas, da maneira mais positiva possível, aproveitei cada conselho, dica e bronca. Tenho por eles o mais puro sentimento de gratidão que a meu ver, assim como ensinaram meus pais, é uma grande niveladora do caráter de um cidadão.

Como essa dissertação será lida por quem se interessar pela temática (assim espero), faço questão de, no início dessas gratidões, marcar um espaço político e deixar meus cordiais agradecimentos ao ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva e à presidenta Dilma Rousseff, corresponsáveis por permitirem que muitos tivessem oportunidades para trilhar novos caminhos em uma conjuntura otimizada por novas políticas públicas que visaram, essencialmente, o social. Imagine você: o filho de um boia-fria, negro, analfabeto e miserável e uma boia-fria/doméstica, semianalfabeta, negra e pobre consegue chegar a uma das melhores universidades públicas do país. Depois de muita luta, de sonhos aprisionados e caminhos traçados quase que sem volta, meus pais conseguiram formar o filho. O primeiro integrante da família entrando em um curso superior público. Esse mesmo filho será, logo mais, Mestre em Comunicação e, com toda força e otimismo, levará o título de Doutor para o seu barraco.

Agradeço ao professor Juliano Maurício de Carvalho por ter apostado na minha formação durante boa parte da graduação e agora no Mestrado. De antemão, peço desculpas por todos os erros e falhas nesses meses e agradeço cada um dos conselhos e cada uma das alfinetas. Tenha a certeza de que o senhor não está ajudando a formar mais um Mestre pela Unesp, mas que está auxiliando na formação de um cidadão.

Aos colegas do Laboratório em Pesquisa em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (Lecotec) agradeço cada minuto de paciência. Um agradecimento muito especial à Viviane Lindsay – personalidades diferentes, mas anseios e angústias compartilhados durante meses. Graças a ela, seus comentários e sugestões, que consegui ir para o embate mais forte. Também deixo aqui um respeitoso abraço ao colega André Lourenço que nas horas de vivência no Laboratório pode compartilhar sua vastidão intelectual.

Um agradecimento respeitoso aos professores do Departamento de Comunicação Social da FAAC/Unesp que deram verdadeiras aulas sobre a universidade e a vida nos corredores. Sempre que for agradecer algum avanço em minha carreira, seja ela profissional ou acadêmica, necessariamente preciso citar a importância do Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni; um dos grandes companheiros dos tais corredores. Dentre muitas situações, guardo com respeito e carinho todas as vezes que a barreira de orientador de graduação era ultrapassada e ele me ajudava a cortar a fome e a ausência de roupas. Se não fosse pelo professor, provavelmente teria desistido [caído] antes do tempo.

À Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho” por ter dado todas as condições para que mais esse ciclo pudesse acontecer, mesmo diante de um cenário no qual a Educação se mostra uma sobrevivente.

E, claro, um agradecimento especial ao jornalista Henrique Perazzi de Aquino que permitiu o estudo do seu mafuá. A cada um dos entrevistados anônimos, meu muito obrigado pela atenção e confiança.

Um agradecimento mais do que especial a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para o encerramento dessa nova jornada.

Obrigado por estarem ao meu lado nessa importante realização de um sonho. A vocês, minha eterna gratidão!!

*“Todos estes que aí estão
Atravancando o meu caminho,
Eles passarão.
Eu passarinho!”
(Mário Quintana)*

MIRANDA, Giovani Vieira. **Um Mafuá na Comunicação ‘Glocal’**: um estudo do caso do ‘Mafuá do PHA’ como arena pública. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação). FAAC/Unesp, sob a orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

RESUMO

A pesquisa busca discutir a estrutura comunicativa em nível hiperlocal e a inserção de uma mídia hiperlocal que apresente a prerrogativa de atuação como arena pública; com a ambiência da inclusividade, não-coerção e reciprocidade que dão potencial para a promoção de um espaço de debate entre múltiplas vozes da sociedade, sobre os mais diferentes assuntos; considerando um fluxo de informação que propicie a consolidação das opiniões públicas e o incentivo ao debate público. O objetivo central da pesquisa é o de apontar os conceitos de arena pública e mídia hiperlocal, possibilitar a identificação e análise acerca da atuação desses meios como arenas públicas. Para a elaboração da dissertação, optou-se pelo método descritivo, a partir de uma pesquisa bibliográfica e documental, para a caracterização de uma comunicação hiperlocal e seus objetivos em sociedades democráticas de modo a associá-la à ideia de uma arena pública. Foi realizado um estudo do caso do blogue *Mafuá do HPA* (<http://mafuadohpa.blogspot.com.br>) da cidade de Bauru, interior de São Paulo, escolhido como representante de uma mídia hiperlocal com atuação de microesfera pública, com a leitura de postagens, a apresentação de características mais recorrentes de uma mídia hiperlocal, entrevista semi-estruturada com o responsável, e aplicação de questionário online com leitores. Buscou-se, assim, a aproximação da atuação do *Mafuá do HPA* com as ideias de uma mídia hiperlocal com atuação de arena pública.

Palavras-Chave: Esfera Pública. Arena pública. Comunicação Hiperlocal. Mafuá do HPA.

MIRANDA, Giovani Vieira. **A muss in glocal communicattion:** a case study of the Blog 'Mafuá do HPA'. 2016. Dissertation (Master's Degree in Communication: Production of Meaning in Media Communication) – Architecture, Art & Communication College – UNESP, under the guidance of Dr. Juliano Maurício de Carvalho, 2016.

ABSTRACT

This research discusses the communicative structure in a hyperlocal level and the hyperlocal media insertion to present the attribution of acting as a public arena; with the ambience of inclusiveness, non-coercion and reciprocity that present the potential to promote a forum for debate between multiple voices within society, concerning the most different matters; considering a flow of information which would assist the consolidation of public opinions and encourage the public debate. The main goal of this research is to systematize the concepts of the public arena and hyperlocal media, to suggest parameters that enable the identification and to present the analysis about the performance of these means as public microspheres. For the dissertation prep, we chose the descriptive method, from a bibliographical and documentary research regarding the characterization of a hyperlocal communication system and its objectives in democratic societies in order to associate it with the idea of a public arena. We have conducted a case study of the Blog Mafua do HPA (<http://mafuadohpa.blogspot.com.br>), originated in the city of Bauru, São Paulo, which has been chosen as representative of a hyperlocal media with public microsphere bringing forward to the public reading posts, showing the most frequent characteristics of a hyperlocal media, having a semistructured interview with the blogger, and an online questionnaire with the readers. Thus, we aimed to approach the performance of the Blog Mafua do HPA with the ideas of a hyperlocal media disclaiming a performance in a public arena.

Keywords: Public Sphere. Public Arena. Hyperlocal Communication. Mafua do HPA.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: A Esfera Pública clássica	33
Figura 2: Esfera Pública, mercado e capitalismo	34
Figura 3: Representação da Esfera Pública a partir das ideias de Habermas (2003b; 2006) ...	36
Figura 4: Esfera Pública Conectada.....	43
Figura 5 Home do 'The Local - East Village	53
Figura 6 Home do Allvoices.....	54
Figura 7 Home do Global Voices	55
Figura 8 Home do Baristanet.....	56
Figura 9 Página da editoria EU-REPÓRTER de O GLOBO	57
Figura 10: Características das mídias hiperlocais a partir dos elementos de uma arena pública	63
Figura 11: Definição do que é hiperlocal para os produtores de conteúdo	65
Figura 12: Principais conteúdos produzidos.....	67
Figura 13 Perfil de HPA no facebook	71
Figura 14 Alguns dos seguidores do Mafuá do HPA pelo Google Friend Connect.....	73
Figura 15 Lista do histórico de postagens do Mafuá do HPA.....	74
Figura 16 Perfil do cidadão responsável pelo Mafuá do HPA	75
Figura 17 Home do Mafuá do HPA.....	76
Figura 18 Divisão em editorias do Mafuá do HPA	77
Figura 19 Exemplo de post publicado no perfil de HPA.....	79
Figura 20 Reportagem Mafuá do HPA e a influência da opinião pública.....	80
Figura 21 Reportagem do Jornal da Cidade de Bauru, versão impressa	81
Figura 22 Reportagem do Jornal da Cidade de Bauru II, versão impressa	82
Figura 23 Suíte jornalística do Mafuá do HPA	83
Figura 24 Print de parte do questionário aplicado	85
Figura 25 Print do mapa online traçando as resposta do questionário	86

Figura 26 Mapa simplificado de Bauru	87
Figura 27 Distribuição das respostas dos questionários online por bairros.....	88
Figura 28 Distribuição das respostas dos questionários online por zona geográfica	89
Figura 29 Pontos de aglomeração das respostas do questionário.....	90
Figura 30 Produto Interno Bruto de Bauru.....	91
Figura 31 Formas como conheceu o Mafuá	92
Figura 32 Formas como conheceu o Mafuá nas regiões de Bauru.....	93
Figura 33 Motivos que levam a acessar o Mafuá	94
Figura 34 Se informa ou não pelo Mafuá.....	95
Figura 35 Usam o Mafuá para se informar – por regiões de Bauru	95
Figura 36 Consideram o Mafuá como fonte alternativa – por regiões de Bauru.....	96
Figura 37 Não usam o Mafuá para se informar – por regiões de Bauru.....	96
Figura 38 Se consideram relevantes as produções	97
Figura 39 Consideram relevantes as produções – por regiões de Bauru.....	97
Figura 40 Não consideram relevantes as produções – por regiões de Bauru	98
Figura 41 Não sabem se as produções são relevantes – por regiões de Bauru.....	98
Figura 42 Frequência de contribuições ao Mafuá do HPA	99
Figura 43 Possíveis mudanças no Mafuá	100
Figura 44 Qualidade das postagens do Mafuá.....	100

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1: DEMOCRACIA E O CIDADÃO	25
2.1 Democracia: O Cidadão Empoderado.....	26
2.2 A Trajetória Da Esfera Pública.....	32
2.3 Reconfiguração da Esfera.....	34
2.4 Mídia, Esfera Pública e Mobilização da Opinião.....	39
2.4.1 TICs, internet, novas mídias e a Esfera Pública	40
CAPÍTULO 3: GLOBAL, LOCAL, GLOCAL E A ESFERA PÚBLICA	46
3.1 Global E (Hiper) Local em contato.....	47
3.2 (Hiper) Local: Um Zoom No Conceito.....	50
3.2.1 Descentralização da informação	58
3.2.2 Identificações (hiper)locais	60
3.2.3 Atuações como arenas públicas	62
CAPÍTULO 3: HIPERLOCAL EM FOCO	69
4.1 Por dentro do Mafuá.....	70
4.1.1 Estrutura do Mafuá	71
4.1.2 Publicização de assuntos para efeitos coletivos	79
4.2 Em Foco Com Os Usuários.....	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
REFERENCIAS	107
APÊNDICES	115
APÊNDICE A – Entrevista semiestrutura realizada com HPA	115
APÊNDICE B – Reprodução da entrevista original	118
APÊNDICE C – Questionário aplicado	121

INTRODUÇÃO

Pensar a comunicação é um exercício que demanda a reflexão sobre a complexidade social, sobre os instrumentos comunicativos e sua história e a ideologia que existe por trás das mensagens veiculadas. A Comunicação Social pode ser dimensionada em uma intersecção da ideia de formação de opinião e das transformações sociais pelas quais passaram a sociedade. A mudança estrutural da Esfera Pública discutida inicialmente por Habermas (1997), fez com que fosse destacado tal ponto, desde a concepção de cidadania nas ágoras atenienses até as atuais questões de publicização dos fatos, sem deixar de considerar o importante papel desempenhado pela mídia nesse processo.

Para Habermas (1997), entre as funções ideais desempenhadas pela mídia em sistemas políticos considerados constitucionais está o ato de vigiar sobre o ambiente sociopolítico; definir as questões significativas da agenda política; estabelecer canais/plataformas que possibilitam o processo de defesa das posições; permitir o diálogo e o debate entre os diversos pontos de vista; a criação de mecanismos para a prestação pública das contas; incentivar os cidadãos e convidá-los à participação ativa; resistir a todo processo que vise restringir o aspecto do debate público; e o respeito de todos os envolvidos.

Usualmente, no entanto, o fluxo da informação é constituído por diversos mecanismos que filtram a informação. Os critérios de noticiabilidade não são os únicos vetores que determinam o conteúdo. Há aspectos técnicos, éticos, editoriais, ideológicos e políticos (MORAES; RAMONET; SERRANO 2013). A observação do fato, a negociação entre os grupos que constituem o processo produtivo, a convergência/divergência com a política editorial do veículo, as cadeias de comando horizontais e verticais, e os interesses comerciais das empresas transformam a pauta, muitas vezes, em mera referência burocrática, para a produção do conteúdo. O processo industrial da informação tem afetado as condições de trabalho dos jornalistas e contribui com a transformação do conteúdo (RIBEIRO, 1994).

Nesse processo, não há uma discussão aberta na Esfera Pública de forma que as deliberações são apenas repassadas à sociedade, contrariando o ideal republicano democrático de autogoverno dos cidadãos.

Como empresas, os meios de comunicação passam a defender interesses políticos e econômicos específicos que vão influenciar o conteúdo dos produtos e dificultar, se não impedir, o debate público (VIZEU; ROCHA; MESQUITA, 2010, p. 333)

O resultado da ausência de discussões abertas e da permanência de meios de comunicação que restringem o debate público, priva a esfera pública do debate de temas de interesse social. O procedimento de empacotamento do conteúdo é condicionado por critérios que impõe a submissão de um tema em relação a outro. O relevo, a proximidade, o impacto da notícia submetem outros tópicos de interesse, e articulam uma narrativa única das notícias, com a inclusão/exclusão de assuntos de relevância pública. A discordância desses temas com a realidade factual provoca distorção na informação. Esse artifício tira da esfera pública de debate teses fundamentais para a compreensão da realidade social, e reduz a capacidade da cidadania de superá-los. O diagnóstico foi feito há alguns anos por jornalistas norte-americanos, ao identificarem que as principais empresas de comunicação estavam associadas a grandes empresas que não tinham seu foco central na produção de notícias (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003).

A ideia de um mundo emancipado, como previsto por Habermas (1984), no qual se há a valoração do debate crítico-racional-reflexivo, incluindo o próprio desempenho dos meios de comunicação e os fluxos produzidos, se esbarra diante do processo de mudança estrutural da Esfera Pública em um ciclo de produção e consumo, partindo para um processo de simplificação e alienação.

Até mesmo quando o Jornalismo investigativo ou a pressão dos cidadãos nos movimentos sociais conseguem institucionalizar no espaço público assuntos inconvenientes para a estrutura de poder - modelo de mobilização, conforme Habermas (1997) -, ainda assim geralmente prevalece a lógica dos interesses particulares poderosos, já que estes setores possuem muito mais recursos para mobilizar apoios e adesões às suas pretensões (VIZEU; ROCHA; MESQUITA, 2010, p. 333)

Nesse sentido, como aponta Marcondes (2007), tais mudanças na Esfera pública acabam por prejudicar o processo de reflexão crítica, sendo a razão substituída pela distração e pelo consumo. “A extinção da crítica na Esfera Pública contribui para a anulação das capacidades políticas do homem e, em consequência, para o abuso de poder e a manipulação das massas” (MARCONDES, 2007, s/p). Para o Dourado (2013), as informações passam a ser visualizadas como mercadorias que serão comercializadas diante de um processo de espetacularização, sem aprofundamento crítico ou maior elaboração dos processos produtivos, dos acontecimentos que buscam atingir o maior número de pessoas.

As redações adotam políticas de objetividade e imparcialidade que, mesmo impossíveis de serem atingidas, levam à fragmentação, à superficialidade, ao enxugamento da interpretação, à despolitização e à visualidade em detrimento do conteúdo. Ao invés de intermediar a opinião pública, os meios de comunicação desenvolvem técnicas para moldá-la a seu modo (DOURADO, 2013, p. 3-4).

Por outro lado, na atual estrutura, enquanto se ressalta um espaço público midiático restrito, há um processo emergente de reconfiguração da Esfera Pública, associada à criação de outras mídias (RAMOS; SANTOS, 2007). A partir do uso cada vez mais corriqueiro das tecnologias da comunicação e da informação, emergiu, nas últimas décadas, “uma nova revolução nas relações de poder”, em especial no campo das comunicações, que “tornou possível as condições materiais de imposição de um mesmo discurso à escala planetária, com o estabelecimento de um verdadeiro oligopólio mundial das fontes emissoras de comunicação” (PORTO-GONÇALVES, 2004, p. 16).

O debate público foi ampliado com as possibilidades de comunicação vindas com a ascensão da internet. Passaram a existir outras formas efetivas de divulgação dos conteúdos críticos e reflexivos que são de interesse público, com a possibilidade de se fazer uma análise da própria mídia e publicizar uma visão considerada alternativa. De acordo com Leal (2013), tem início um processo capaz de revalorizar o espaço público e criar a sensação de maior representação da opinião pública, com um potencial de ativar novas práticas sociais e políticas que vão fazer força de resistência às antigas possibilidades até então convencionadas. Com isso, há uma significativa abertura para a participação individual e à cidadania, ambas com potencial amplificado a partir das novas ferramentas e possibilidades de fluxo de produção e interação vindos com a internet. Diante disso, é comum “os entusiastas das inovações trazidas pela tecnologia em termos de possibilidades comunicativas reconhecerem na Internet um caráter democrático” (LEAL, 2013, p. 25). No entanto, imputar apenas da tecnologia a promoção do debate público e a reflexão crítico-racional da audiência é uma análise muito simplista. “A Internet não promove a Esfera Pública em si, mas é por ela que os indivíduos podem reorganizar as esferas como meio potencial para a retomada de microesferas públicas” (DOURADO, 2009, p. 06).

De certa forma, isso promove a reconfiguração do espaço público “diminuindo a crise subjetiva e intersubjetiva de sentido alimentada pela tendência à alienação e anomia que se verifica na modernidade” (VIZEU; ROCHA; MESQUITA, 2010) a partir do reconhecimento de que o cidadão tem o direito de participar do fluxo de construção de sentido e da construção social da realidade, com um aumento, por consequência, do engajamento cívico. Para Martino

(2014) as possibilidades de atuação política são ampliadas e reforçadas, e essa característica de engajamento a partir do uso de mídias é um dos norteadores do princípio da democracia moderna, no que diz respeito às possibilidades de ações no espaço público. As narrativas deixam de ser únicas e lineares. Elas ganham dimensões observáveis distintas.

O hiperlocal, nesse debate, começou a ser usado para referir-se a cobertura de notícias em nível de comunidade geralmente esquecidas pela mídia tradicional, sendo, inclusive, trazida para o contexto das produções online.

O conceito de Hiperlocal está sendo construído através de sítios jornalísticos que focalizam a sua cobertura noticiosa numa área geográfica bem definida, tratando de temas de relevância social que possuem estreita relação com os moradores e os frequentadores daquela área. O conteúdo das notícias hiperlocais está disponível não só para os usuários na comunidade hiperlocal, mas também para aqueles que estão além das fronteiras cibernéticas por meio da nova rede digital, com o apoio de agregadores de conteúdo e de sistemas de recomendação (LIMA JUNIOR, 2011, p. 139)

A comunicação hiperlocal se concentra na cobertura de eventos de uma área geográfica específica: um bairro, uma cidade ou mesmo um Estado, embora os cidadãos que possam vir a discutir ou relatar o evento online possa estar fora dessa mesma área geográfica.

Apesar do cenário globalizado, Barbosa (2003) lembra que as informações de caráter local também sempre foram de grande relevância para o jornalismo. Entretanto, a novidade é que a estrutura das redes no jornalismo digital “permite novas possibilidades para a geração dos conteúdos locais, ampliando o espaço para a sua veiculação” (BARBOSA, 2003, p. 1).

Metzgar et al (2010) destacam a comunicação hiperlocal cidadã como aquela que incide sobre histórias locais em contraponto a narrativas globais; podendo ser produzida a partir das organizações noticiosas estabelecidas ou por meio daqueles que não estão inseridos em um contexto de produção e de disseminação do conteúdo.

Operações de mídia Hiperlocal são geograficamente baseadas, voltadas para a comunidade, organizações nativas e originais em reportar notícias para a web e pretendem preencher as lacunas percebidas na cobertura de uma questão ou região e promovem o engajamento cívico (METZGAR et al, 2010, p. 7).

Para López García (2002), a comunicação local interpreta a realidade pela ótica dos valores compartilhados e tem contribuído para a personificação de um cenário da comunicação atual, onde a dupla e simultânea tendência do local e do global apresenta novos

recursos, cujas referências dos comunicantes são extraídas das duas esferas, que são complementares durante as ações comunicativas. No âmbito do jornalismo digital, o local pode ser compreendido a partir da sobrevivência dos antigos modelos, em conjunto com as apostas e recursos midiáticos mais modernos, o que faz com que a informação gerada no nível hiperlocal seja de maior qualidade, mais plural e mais participativa, de forma que “explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora”. (LÓPEZ GARCÍA, 2002, p. 34)

Lemos (2011) aponta a produção de notícias em âmbito digital localizado como uma conjunção de funções pós-massivas e massivas, onde o usuário pode ter informações mais precisas sobre o seu local de interesse a partir de um cruzamento de notícias.

A dimensão hiperlocal no jornalismo (já que ele é sempre local) refere-se, em primeiro lugar, a informações que são oferecidas em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, etc), e em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação. Essa é uma das tendências atuais do jornalismo: vinculação de notícias cruzando diversas fontes, oficiais, profissionais e cidadãos à geolocalização. (LEMOS, 2011, p.12)

A partir desse entendimento, pode-se observar a aproximação das práticas do jornalismo hiperlocal com as do jornalismo cidadão, em especial no que se refere ao envolvimento das comunidades e suas organizações com relação aos problemas sociais, econômicos e ambientais urbanos que enfrentam e que, sistematicamente, não são noticiados ou são mal noticiados pelo jornalismo tradicional.

Schaffer (2008) observa que existem quatro tipos de jornalistas cidadãos hiperlocais: ex-jornalistas, empreendedores da mídia tradicional, usuários assíduos da web e centros de formação em Jornalismo. Ela descreve esses jornalistas cidadãos como tendo uma paixão para a comunidade, com um intenso "senso de lugar", com pouca ou nenhuma satisfação com a cobertura da mídia tradicional, e elevada ética. Eles também "dão atenção" para a sua comunidade e têm apresentado um jornalismo "feito" para eles. Williams (2005) concorda que os sítios com conteúdo hiperlocais preenchem uma lacuna quando a grande mídia não cobre uma área geográfica de forma adequada. Além disso, esses sítios também costumam oferecer cobertura detalhada de um problema ou assunto e aspiram por um diálogo com suas comunidades (GRIER, 2008). Potts (2007) observa que sítios de jornalismo cidadão adotam abordagens diferentes, mas "oferecem aos cidadãos locais uma voz em suas comunidades e

uma nova fonte de informações locais em um nível pormenorizado que a mídia tradicional simplesmente não pode igualar” (p.66, tradução do autor).

Sendo assim, a relevância desta pesquisa justificou-se uma vez que contribuiu para a compreensão do poder da participação cidadã neste novo contexto comunicacional marcado pela democratização do acesso às novas tecnologias e pelo surgimento da colaboração em rede, favorecendo o poder cidadão, com a ideia de que as ferramentas da internet, como o são os blogues, as mídias hiperlocais e outras ferramentas e suportes, trazem contribuições para o fortalecimento do espaço público com o estabelecimento de mais espaço e maior liberdade de expressão e imprensa, mais possibilidade de acesso à informação e maior participação dos cidadãos na discussão dos assuntos de interesse público.

Neste movimento contínuo de renovação e de descarte de dispositivos e de sistemas e linguagens de comunicação, surgem receptores que abandonam a postura anteriormente passiva de consumidores de conteúdos com fluxos unilaterais, para adquirir autonomia seletiva perante o imenso volume de informações que lhe são continuamente destinadas. Surge a autonomia de comparação e de escolha de veículos, de tipos de conteúdo e de formação de opiniões sobre o que é informado. Mas, por outro lado, é importante lembrar que tal transformação do público não se restringe apenas aos meios e grupos normalmente excluídos do campo de atenção da mídia hegemônica, a “libertação” das amarras do modelo de recepção passiva criado principalmente pelo hábito televisivo (JOHNSON, 2001), se dá gradativamente em todas as classes sujeitas ao uso de tecnologias. É fato que a abrangência tecnológica ainda não alcançou todos os lares e usuários brasileiros.

Entendendo, assim, que “a Esfera Pública política precisa de recursos fornecidos pelos cidadãos que dão voz aos problemas da sociedade e que respondem às questões articuladas pelo discurso da elite” (HABERMAS, 1984, p. 123), bem como a noção da mídia hiperlocal cidadã como um espaço para a consolidação de uma Microesfera Pública no debate democrático, a pesquisa teve por objeto o blogue *Mafuá do HPA*¹, de Bauru, interior do Estado de São Paulo. A escolha pelo blogue deveu-se em primeiro lugar, ao interesse pelo uso da ferramenta como um meio de comunicação para a propagação de conteúdos de nível local em uma cidade em que há poucos mecanismos para tanto. Bauru apresenta iniciativas privadas de comunicação em rádio, televisão e jornais e com raros casos de mídia independente ou com características cidadãs. Partiu-se da ideia de que, pelo fato de o *Mafuá do HPA* se apresentar como um blogue, esse tem o potencial de se evidenciar, de acordo com

¹ www.mafuadohpa.blogspot.com

as funções desempenhadas pela mídia (HABERMAS, 1997), pela vigilância dos assuntos sociais e políticos, com a problematização de assuntos diários da esfera privada que seriam evidenciadas para a esfera pública.

Com ampla participação no cotidiano da cidade de Bauru, Henrique Perazzi de Aquino é formado em História e se declara jornalista pela intensa participação na mídia local e regional e é responsável pela iniciativa do *Mafua do HPA* desde 2007. Como ele mesmo aponta, o blogue é um espaço para a “translucidação da (...) bagunça pessoal, uma amostra de escritos variados, onde cabe de tudo (quase!) um pouco, servidas sempre, de forma desorganizada, formando um mural esclarecedor do pensamento”². Embora não haja uma configuração de modelo de negócio, com objetivo de lucro, as construções do blogue são apresentadas ao leitor com o respaldo do interesse público como elemento definidor. Como aponta o responsável do blogue, o objetivo é destacar a diversidade e a pluralidade por meio de uma produção local autoral, de modo a efetivar um contexto de inserção cidadã e de direito à comunicação. O blogue apresenta como missão apontar cidadãos bauruenses e fatos desfocados da mídia tradicional para que se tornem agentes de um conteúdo descentralizado e plural em oposição à lógica da mídia corporativa da cidade. Alguns quadros se destacam, como *O Lado B de Bauru*, espaço para destacar personagens da cidade e apresentar os seus perfis, *Memória Oral*, coluna para destacar histórias de personagens e de determinadas regiões da cidade, *Personagens sem Carimbo*, destaque de pessoas e suas relações com a comunidade, além de relatos de fatos e acontecimentos de destaque na opinião pública bauruense. Embora não haja um perfil do *Mafuá* em redes sociais, como Facebook e Twitter, o fluxo informativo para a elaboração dos posts está diretamente relacionado com o perfil do próprio autor.

Para a elaboração da dissertação, optou-se pelo método descritivo, conforme Gil (2002), com o objetivo de descrever, a partir da utilização de materiais científicos oriundos não apenas da Comunicação, mas também das Ciências Sociais, Ciência Política e Filosofia, as características da comunicação e da mídia hiperlocal bem como microesferas públicas que propiciem condições de inclusividade, não-coerção e reciprocidade; a partir da participação de diferentes atores e grupos sociais; em contraponto ao fluxo informativo da denominada mídia massiva. Com isso, buscou-se a confirmação da hipótese de que a mídia hiperlocalizada

² Disponível em <mafuadohpa.blogspot.com>. Acessado em 25 de jul. 2015

cidadã pode ser considerada uma revitalização da Esfera Pública com a constituição de microsferas a partir de condições específicas.

Em relação aos procedimentos e às técnicas de coleta de dados, ainda apoiada em Gil (2002), a dissertação fará uso, em um primeiro momento, de pesquisa documental. Segundo Gil (2002), na pesquisa documental os documentos classificam-se em dois tipos: fontes de primeira mão e de segunda mão. Os documentos de primeira mão são aqueles que não receberam, até então, qualquer tratamento analítico. Os de segunda mão são os que já foram tratados em outras pesquisas de alguma forma. Exemplos de fontes de primeira mão: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes, fotografias, gravações entre outros. E fontes de segunda mão podem ser: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, etc. Há uma proximidade com a pesquisa bibliográfica, que é a pesquisa “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2002, p.44). Por outro lado, a diferença está nas fontes.

Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2002, p.51).

Nessa perspectiva, foi realizada uma revisão de temáticas como i) a concepção de Esfera Pública e arenas públicas, a ideia e a revigoração da cidadania em sociedades democráticas, tendo como ponto de análise a intensificação da participação social dos cidadãos na deliberação de assuntos de interesse público; ii) a comunicação como um elemento principal para a efetivação de uma sociedade participativa a partir de meios de comunicação que se afastam dos tradicionais meios massivos corporativos; iii) as ideias de jornalismo hiperlocal, glocalismo, mídias hiperlocais e suas aplicações diante do contexto em análise.

Como produto midiático foi considerado o blogue *Mafuá do HPA*, com foco no estudo do caso e nas características dos modos de produção e difusão do conteúdo jornalístico de proximidade mediante as características de uma microsfera Pública. Sendo assim, o trabalho foi baseado no estudo do caso, por explorar várias fontes, descrever e explicar um fenômeno atual em seu contexto. Segundo Yin (2015, p. 22), essa é uma das várias maneiras de realizar a pesquisa, que não se limitam a experimentos, e seu enfoque está sobre um fenômeno contemporâneo dentro do contexto do aspecto social. Para o autor

(...) os métodos se sobrepõem. A ampla variedade de ciências experimentais também inclui aquelas situações em que o experimentador não pode manipular o comportamento (...), mas nas quais a lógica do planejamento experimental ainda pode ser aplicada. Essas situações foram comumente denominadas situações quase-experimentais (YIN, 2015, p. 27-28).

Sendo assim, o autor ressalta que essa pesquisa complementa os pontos fortes e as limitações dos outros tipos de pesquisa. Chizzotti (2006, p. 135), defende que o estudo de caso descritivo tem como objetivo “reunir os dados relevantes sobre o objeto de estudo e, desse modo, alcançar um conhecimento mais amplo sobre o objeto de pesquisa, dissipando as dúvidas e esclarecendo questões pertinentes”. Duarte e Barros (2012, p. 216) defendem que o estudo de caso “trata-se de uma abordagem que considera qualquer unidade, que pode ser uma pessoa, uma família, um grupo social, um conjunto de relações ou processos”.

A partir do caso analisado, a pesquisa realizou uma síntese de contribuições das mídias hiperlocais para o fortalecimento e dinamização de uma esfera de discussão pública, suscitando alguns questionamentos que visam acrescentar novas possibilidades de exploração da comunicação realizada nos meios digiatis, identificar tendências e até levantar possibilidades de novos posicionamentos.

Em seguida, foi realizada entrevista semiestruturada com o cidadão responsável pelo projeto do *Mafuá do HPA*. Para as entrevistas, foi seguida a consideração metodológica de Gil (2002), para quem “a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das ciências sociais” (GIL, 2002, p. 117). Foi focada a técnica de entrevista individual; uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, BARROS, 2012, p. 62). Para o autor, a técnica, ideal para estudos exploratórios, permite ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas, além de procurar intensidade nas respostas, e não apontamentos quantitativos. O objetivo da entrevista foi com a proposta de conhecer em detalhes o projeto a partir das ideias do próprio idealizador e realizar questionamentos sobre a origem, a construção do projeto, o fluxo de produções adotado, a relação da produção com as características de conceitos debatidos na pesquisa, obter dados de produção, acesso e audiência, entre outros.

Num segundo momento, os dados empíricos da pesquisa serão coletados por meio da aplicação de um questionário online voltado aos leitores do blogue com o intuito de traçar o perfil da audiência e dar suporte para a análise e reconhecimento da mídia com hiperlocativa e com características atuantes de arenas pública. A viabilidade do questionário online está no

fato de se conseguir um público para análise disperso dentro da área de abrangência da pesquisa.

Com isso, o Capítulo 1 do trabalho será dedicado à revisão de conceitos que apresentem a democracia em nossa sociedade, interligando-a à ideia de Esfera Pública – concebida por Habermas, apresentando sobre como essa Esfera Pública passou a ser modificada e influenciada pela mídia massiva e que mudanças a internet, as novas tecnologias e mídias digitais provocam nesse cenário. O conceito de Esfera Pública será trabalhado com base nas análises empreendidas por Habermas (1984, 1987); sem deixar de considerar as visões sobre o assunto de Avritzer e Costa (2004); Arendt (2008) e Maia (2002). A formação da opinião pública será discutida a partir das considerações de Sartori (1994) e Lippmann (2008).

No Capítulo 2 serão apresentadas algumas das principais características do Jornalismo buscando evidenciar possíveis interações entre aspectos do comunitário e hiperlocal, do industrial e o convergente. Será realizado um breve histórico do surgimento do jornalismo hiperlocal e cidadão e da criação de espaços virtuais com amplas possibilidades para aumento da liberdade de expressão e engajamento político. O acesso à comunicação, com base em Peruzzo (2005), também será mencionado com o propósito de reforçar a necessidade dos chamados meios de comunicação alternativos à mídia massiva comercial para as comunidades ou grupos sociais considerados excluídos do debate político. Nesse capítulo, ainda, são buscadas respostas a questionamentos sobre as novas possibilidades da comunicação realizada nos meio hiperlocais, identificar tendências e levantar possibilidades sobre a atuação como arenas públicas capazes de angariar e representar os anseios das comunidades e grupos de indivíduos e comunicá-los, com o intuito de representá-los na Esfera Pública.

O terceiro capítulo terá como referência o estudo do blogue bauruense *Mafuá do HPA* para apontar a possibilidade de uma mídia hiperlocal se apresentar como uma reformuladora da esfera pública e atuar como arena pública. Para tanto, em um primeiro momento, será descrito o blogue por meio de análises de materiais postados e de uma entrevista semiestruturada realizada com o seu autor, e em um segundo momento por meio da aplicação de um questionário com os leitores do site.

CAPÍTULO 1: DEMOCRACIA E O CIDADÃO

O primeiro exercício desta dissertação é apontar as características da democracia; um pano de fundo que vai ser utilizado como elemento unificador dos demais conceitos que serão apresentados ao longo do caminho metodológico. Foram apresentadas as principais características das denominadas democracia direta e indireta (representativa) e a forma como a sociedade está inserida nos processos de participação e construção social e apostando na inclusão de papéis mais efetivos desses cidadãos nas escolhas públicas.

Com isso, busca-se apresentar o cenário em que se tenta compreender que as denominadas mídias hiperlocativas são elementos de aprimoramentos dos princípios democráticos atuando como verdadeiras arenas públicas ao permitir, entre outros, a valorização das decisões dos cidadãos e, conseqüentemente, a ampliação do debate público de interesse público.

Em um segundo momento de análise, buscar-se-á o possível equacionamento entre as ideias de Democracia, Esfera Pública e mídia; essas em convergência com o cenário que será apresentado em que (i) a Democracia é desenhada como prática social e composto por elementos apropriados pela sociedade civil e (ii) a sociedade necessita de espaços para articular sua participação em sociedade complexas. O conceito de Esfera Pública será apresentado tendo como referencial as ideias apontadas por Habermas (1984, 1987); Avritzer e Costa (2004); e Maia (2002), tendo como elo o conceito com a Democracia e o fundamento do livre debate de ideias entre os cidadãos e a livre participação dos interessados.

No modelo de democracia deliberativa, o conceito da Esfera Pública passa a ter um significado particular; sendo, assim, compreendido a partir da interação entre as pessoas em um espaço que propicie a discussão de assuntos de relevância e onde haja a ação social, seja por meio da troca de ideias entre os envolvidos ou mesmo pela tomada de decisões específicas. Mais do que um espaço físico propriamente dito, a Esfera Pública é um espaço abstrato, formado na interação entre os indivíduos envolvidos na discussão de temas que lhes dizem respeito. Trata-se, assim, dos espaços de deliberação e debate sobre aquilo que interessa à vida pública. Nesse sentido, os espaços públicos seriam os lugares nos quais as pessoas podem se reunir, se encontrar e conversar livremente sobre o que quiserem.

Tal como será apresentado, a opinião pública se destaca por ser não apenas a “opinião do público”, mas por ser um conjunto de opiniões debatidas em público, e, portanto colocadas

para discussão com todos os outros interessados possíveis. Quando um tema é lançado na Esfera Pública, ele tende a ganhar visibilidade, pode ser objeto de discussões e, eventualmente, levar à tomada de decisões. Essa discussão só pode acontecer se existirem espaços nos quais a livre manifestação de ideias seja possível.

Habermas (1997) entende que a Esfera Pública está diretamente relacionada à democracia. Um dos seus fundamentos é o livre debate de ideias entre os cidadãos, sendo, nesse aspecto, um espaço abstrato de deliberação a respeito de assunto diversos de interesse de um público. A troca de ideias e a livre participação dos interessados são elementos fundamentais para a constituição da Esfera Pública.

Sendo assim, a Esfera Pública introduz a concepção de participação política e de relação entre Estado e sociedade civil, apontando para uma arena onde os cidadãos buscam participação política por meio do diálogo, fazendo com que o Estado preste contas de suas ações à opinião pública, além de focar a transmissão dessas informações por meio de canais institucionalizados, tal qual os meios de comunicação corporativos.

2.1 Democracia: O Cidadão Empoderado

A ideia de soberania popular transcorre da representação de governos de tradição grega, traduzindo a Democracia como um governo em que todos possuem o direito de participar da tomada de decisões coletivas, seja de forma direta ou indireta. É preciso considerar que a Democracia é mais do que um método específico para eleger o governante, mas “uma forma de construir, garantir e expandir a liberdade, a justiça e o progresso, organizando as tensões e os conflitos gerados pelas lutas de poder” (O’DONNELL, 2004, p.35).

Dessa ideia geral, é possível apresentar a ideia convencionada de Democracia Direta e também de Democracia Indireta ou Representativa. Sartori (1994b, p.37) elucida a questão ao apontar que “a Democracia Direta permite a participação contínua do povo no exercício direto do poder, ao passo que a democracia indireta consiste, em grande parte, num sistema de limitação e controle do poder”. O próprio termo ‘representativo’ se origina dessa transferência do poder de decisão político a terceiros que passam a ser considerados os representantes legítimos do povo. Dessa forma, diante da impossibilidade de todos os cidadãos atuarem em

todas as instâncias de decisões, a Democracia Representativa está centrada na produção de garantias que impedissem representantes e a própria representação de destruírem propósitos de autogoverno, autonomia e soberania popular característicos da participação civil total (GOMES; MAIA; MARQUES, 2011).

Além de tal noção de participação, a Democracia pressupõe que os indivíduos também têm o direito de optar se eles mesmos vão deliberar sobre determinado assunto ou se vão apontar quem pode fazer por eles. “Para o estabelecimento de uma democracia, há que se garantir que os chamados a decidir tenham direitos de liberdade, de opinião, de expressão das próprias opiniões, de reunião, de associação, entre outros” (BOBBIO, 1986, p. 20). Esses direitos são os elementos essenciais para se garantir o pleno funcionamento de um regime fundamentado pela democracia.

De forma genérica, como aponta Bobbio (1986), a atual Democracia Representativa seria contraditória à ideia da liberdade como autonomia. Se na Democracia Direta o processo de decisão política era marcado pela participação de cada indivíduo em debates em arenas públicas para a tomada de decisões que afetava toda a sociedade da qual fazia parte; desta vez, são pessoas escolhidas que tomam as principais deliberações que dizem respeito a uma coletividade inteira seja por meio de um parlamento, da figura de um presidente, entre outros.

Sendo assim, o governo representativo atual é considerado um desenvolvimento da democracia clássica (LEAL, 2013, p. 12), ao passo que pode ser caracterizada a partir da defesa de algumas características essenciais como a “igualdade política, as liberdades individuais, a deliberação livre, a aplicação do princípio da maioria nas decisões políticas e noção de que o Estado pertence aos cidadãos e não a um soberano” (LEAL, 2013, p. 12).

Nessa linha, a ideia da soberania popular é o que aproxima a Democracia Direta e a Representativa, apesar delas “se distinguirem pelas modalidades e pelas formas com que essa soberania é exercida” (BOBBIO, 1994, p. 34). Ou seja, o povo pode ser considerado o real titular do poder político, muito embora as tomadas de decisões políticas ocorram de maneiras variadas.

A noção de uma Democracia Deliberativa, assim, pode ser sintetizada como uma forma de governo no qual as decisões dos cidadãos livres e iguais (e seus representantes) passam a ser justificadas por um processo de troca igualitária de razões que são aceitas por ambas as partes e acabam acessíveis ao público em geral “com o objetivo de chegar a conclusões que são vinculantes no presente para todos os cidadãos, mas abertas a serem contestadas no futuro” (GUTMANN, THOMPSON, 2004, p.7).

O conceito de Democracia Deliberativa utilizado nas discussões modernas apresenta uma variedade de abordagens teóricas, as quais incluem o modelo de Democracia Radical representado, por exemplo, na obra de Benjamin Barber (1984); os modelos desenvolvidos por Michael Walzer (1994 e 1995), Günter Frankenberg (1996) e Jean L. Cohen e Andrew Arato (1992), sendo que todos tem como ponto comum o papel do cidadão baseado no conceito de sociedade civil; e as teorias comunitárias como as de Robert Bellah (1991) e Amitai Etzioni (1993) que colocam, por exemplo, o conceito de solidariedade social como um fator primordial. Embora cada uma dessas teorias enfatize diferentes aspectos da sociedade democrática, elas têm um elemento em comum: destacam o papel da discussão aberta, a importância da participação dos cidadãos, bem como a existência de um bom funcionamento da Esfera Pública. Tendo em conta que essas teorias têm este ponto em comum, uma forma de distinguir as abordagens é constatando como cada uma enfatiza a participação e a deliberação dos cidadãos e das formas institucionalizadas que eles tomam.

O processo decisório em uma Democracia Deliberativa precisa ir além da soma dos anseios individuais, mas resultar de um processo racional e reflexivo que destaque a deliberação. “A participação política representa, nesse contexto, uma oportunidade para enriquecimento do processo decisório, na medida em que permite a incorporação de novos fatos e interesses ao processo deliberativo” (WIMMER, p. 96, 2012).

O fato de determinados agentes da deliberação alterarem suas decisões e opiniões quando interagem com outros faz com que a deliberação, enquanto processo social, se contraste com outros tipos de comunicação (DRYZEK, 2000), deixando de lado os processos de manipulação e outras tentativas de doutrinação forçada. Para que haja a deliberação em sua essência, é necessário que os processos de comunicação instiguem a reflexão de maneira coerciva sem que haja a dominação por meio do poder, manipulação, doutrinação, propaganda, falsidade e imposição de concordância ideológica. (WIMMER, 2012).

Para alguns pensadores da Democracia Deliberativa, como Young (2000), em especial aqueles que adotam a visão comunitária, a deliberação necessita de acordos prévios e de uma determinada unidade entre os seus participantes, tal qual uma “compreensão compartilhada” (WALZER, 1983). No entanto, ao se considerar sociedades plurais, complexas e heterogêneas, como as atuais, a unidade como ponto de partida é um problema, sendo que é preciso estabelecer que a deliberação precisa ocorrer sob determinados aspectos que permeiam sociedade plurais e com estruturas diferentes (YOUNG, 2000). Bobbio (1986) aponta que, na atual formatação da sociedade democrática, grupos e organizações têm

garantido o protagonismo social, ou seja, o cidadão é colocado em segundo plano enquanto indivíduo.

Hoje é inevitável reconhecer-se a impossibilidade de praticar-se a democracia tal como foi idealizada pelos antigos. A amplitude das instituições modernas faz com que seja extremamente difícil imaginar a coordenação das decisões políticas por meio das práticas do debate. Os ideais do modelo deliberativo de democracia parecem 'viáveis' apenas em pequenas escalas espaciais e temporais (GOMES; MAIA, 2008, p.166).

O conceito de uma sociedade civil refere-se às “associações, grupos formais e informais e redes na sociedade, que existem fora da família e do Estado (e instituições a ele ligadas, como o exército, partidos políticos, parlamentos e instituições administrativas burocráticas” (GOMES; MAIA; MARQUES, 2011, p. 50). Tal como aponta Habermas (1997, p. 100), a sociedade civil “não se identifica nem com o Estado, nem com a economia e nem com outros sistemas de funções sociais”. Para o autor³, a sociedade civil é decisiva no estabelecimento de assuntos prioritários na discussão pública. Na concepção habermasiana, a sociedade civil é formada por instituições não econômicas e não estatais, tais como movimentos sociais, conselhos, organizações e associações, “os quais captam os ecos dos problemas sociais que ressoam nas esferas privadas, condensam-nos e os transmitem, a seguir, para a Esfera Pública política (HABERMAS, 1997, p.99). Para o autor, esse núcleo “forma uma espécie de associação que institucionaliza os discursos capazes de solucionar problemas, transformando-os em questões de interesse geral no quadro de esferas públicas” (HABERMAS, 1997, p.99).

No seu conjunto, tal como a teoria de Democracia Deliberativa entende, o processo político é composto da sociedade civil, juntamente com as diferentes instituições que constituem uma democracia parlamentar. Assim, o que é chamado de bem público é o resultado do processo político, do discurso e deliberação. Ele muda ao longo do tempo, e é regulado por procedimentos legítimos a um maior grau mais ou menos convencionalizado. O que define o bem comum em qualquer ponto depende de processos sociais e de discussões atualizadas. O bem público não é apenas descoberto; ele tem sempre que ser alcançado e criado novamente (GIMMLER, 2001). Habermas (1997) aponta que embora existam vários significados para “público”, a dimensão que ganha maior importância é a de que esse é sempre um julgador por essência e o objeto do julgamento é o que recebe publicidade. Ou

³ A ideia de sociedade civil, no contexto de uma esfera pública, será aprofundada na amplitude habermasiana nas próximas sessões.

seja, o surgimento da Esfera Pública pode ser associado à “emergência de um espaço, no qual, assuntos de interesse geral seriam expostos, mas também controvertidos, debatidos, criticados, para, então, dar lugar a um julgamento, síntese ou consenso” (LOSEKANN, 2009, p.39).

A partir dessas ideias, pode-se considerar que a participação da sociedade civil nas deliberações de uma Democracia Representativa deve ir além do processo de escolhas nas eleições. “Os cidadãos deveriam ter papéis mais efetivos nas escolhas públicas ou, ao menos, mais e melhores meios e oportunidades de enviarem demandas e necessidades aos representantes políticos” (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011, p. 197). Nesse sentido,

[...] a demanda crescente da democracia participativa na atualidade impulsiona o debate em direção ao elemento argumentativo na análise da arena pública. Os agentes sociais, nessa abordagem, participam e argumentam publicamente, e ao fazerem isso fazem uso da razão pública. (AVRITZER, 2000, p. 76)

Desde o início do Iluminismo, a teoria democrática moderna tem se preocupado com o princípio da publicização (no sentido de divulgação dos fatos) e com a participação dos cidadãos no processo de discussão e tomada de decisões. É por meio dessa ideia do princípio de publicidade que o indivíduo burguês é transformado num genuíno ator político, o cidadão. Esse sujeito político é mais do que o assunto dos direitos individuais a que o liberalismo queria reduzi-lo, mas também atinge um nível pessoal e uma identidade coletiva como parte de um conjunto de relações com outros indivíduos. “É essa identidade social que constitui o sujeito que expressa a luta por reconhecimento no domínio público” (AVRITZER, 2000).

Se por um lado a formatação moderna da sociedade civil requer um indivíduo com maior grau de participação, por outro é preciso que haja instrumental para a formação desses cidadãos. Para isso, é necessário que exista uma circulação de informações de maior relevância e o compartilhamento do conhecimento político, o engajamento dos cidadãos em debates e até mesmo iniciando discussões, e que esses possam aproveitar de fato as oportunidades que os processos de comunicação oferecem (LEAL, 2013).

Se considerarmos a visão de Cohen (2004) que aponta a publicização dos fatos como primordial para a deliberação pública em uma democracia, é preciso ressaltar a importância dos meios de comunicação nesse processo. O debate público repercutido de forma generalizada, responsável pela criação de estruturas básicas da deliberação pública em sociedades complexas (LEAL, 2013), pode ser criado a partir do espaço de visibilidade propiciados pelos meios de comunicação.

A ampla circulação de mensagens compreensíveis e estimuladoras da atenção dos participantes numa discussão, mais as regras de uma prática comunicacional efetiva têm grande importância para a estruturação de uma opinião pública (LEAL, 2013, p.12).

No entanto, mesmo diante da importância dos *media* na disseminação dos conteúdos a um amplo público, não é possível considerar que esses sejam responsáveis pela formação de uma opinião pública dita universal (LIPPMANN, 2008). No entanto, a imprensa não deve ser o sustentáculo de uma democracia, pois ela pode ser observada como frágil para carregar a soberania popular e fornecer de forma espontânea a verdade (LIPPMANN, 2008). Nesse ponto, a teoria democrática não deve colocar tamanha responsabilidade unicamente na imprensa, pois ela falha, uma vez que a

imprensa não é substitua para as instituições. É como um raio holofote que se move sem descanso, trazendo um episódio e depois o outro fora da escuridão à visão. Os homens não podem fazer o trabalho do mundo através desta luz somente. Eles não podem governar a sociedade por episódios, incidentes e erupções (LIPPMANN, 2008, p. 308)

Tais problemas da imprensa refletem diretamente na formação das opiniões públicas, sendo que essas precisam “ser organizadas para a imprensa e não pela imprensa” (LIPPMANN, 2008, p. 42).

Para Habermas (1997), a função dos meios de comunicação passou de um facilitador do discurso racional e do debate para um modelador, construtor, e mesmo limitador do discurso público a partir dos interesses das organizações de mídia. Para o autor, a interligação entre a esfera do debate público e da participação individual foi rompida e transmutada para um estágio no qual os cidadãos-consumidores passaram a apenas ingerir e absorver passivamente o entretenimento e a informação. Nesse sentido, diante das falhas da imprensa, os cidadãos tornam-se espectadores de apresentações e discursos que moldam a opinião pública, reduzindo seu papel a objetos de notícias, informação e assuntos públicos ignorando suas características de participação ativa na produção e disseminação.

2.2 A Trajetória Da Esfera Pública

Habermas (1997) apresenta a ideia de Esfera Pública tendo como ponto de referência o estudo da *polis* grega e observando a vida pública do cidadão nela inserida. A teoria habermasiana tem a Esfera Pública como um dos elementos centrais; sendo essa uma “categoria analítica adotada por Habermas como peça explicativa para apresentar possíveis condições de comunicação sob as quais poderia haver a formação discursiva e racional da opinião e vontade por parte dos cidadãos” (WIMMER, p. 94, 2012); e “tem a ver com o espaço social gerado no agir comunicativo, não com as funções nem com os conteúdos da comunicação cotidiana” (HABERMAS, 1997, p. 92).

Em sua primeira obra sobre o tema, “*A mudança estrutural da Esfera Pública*”, de 1961, o autor busca no modelo grego a origem do pensamento europeu sobre as ideias de “público” e “privado”. Habermas desenvolve uma crítica da sociedade burguesa do século XVII até fases do século XX, destacando conflitos internos e os processos responsáveis pela sua fragmentação, com destaque para o potencial emancipador nela contido. O argumento do autor é de que tanto a qualidade do discurso quanto a quantidade de participação influenciam na concepção de uma esfera democrática adequada (LEAL, 2013). Dessa forma, a concepção habermasiana (1974) define a Esfera Pública como um campo da vida social no qual a opinião pública pode ser formada, ou algo muito próximo dessa ideia. Para o autor, os cidadãos se comportam como um corpo público com a garantia de livre associação, liberdade de expressão e publicização das opiniões. “Em um corpo público extenso, esse tipo de comunicação requer meios específicos para transmitir informações e influenciar aqueles que as recebem” (HABERMAS, 1997, p. 49)

Assim, a Esfera Pública se destaca como um espaço de convívio comunitário, onde os cidadãos podem compartilhar, valorizar e transformar a cultura, os esportes, a guerra e as opiniões. Nesse contexto, os pressupostos básicos para a realização da política, no sentido de discussão e disputa, eram a liberdade e a igualdade entre os seus integrantes. Os que se destacavam no uso do discurso e na ação política alcançavam a “imortalidade da fama” (HABERMAS, 1997).

Para Habermas, a ideia de Esfera Pública e de opinião pública data do século XVIII, no contexto de formação de um público “iluminado/esclarecido”, disposto a “discutir o exercício do poder político e o controle democrático sobre o Estado. A concepção de Esfera Pública, dessa forma, é o resultado de uma fase histórica característica da sociedade

burguesa” “WIMMER, p. 94, 2012). O autor apresenta, assim, a Esfera Pública a partir de uma categoria histórica com localização determinada, associada a uma época específica, retratando “a ascensão e subsequente desintegração da ‘Esfera Pública burguesa’, provocada pelo aparecimento do Estado de Bem-Estar Social⁴” (WIMMER, 2012, p. 89). Nessa fase, a concepção de sociedade civil está diretamente relacionada com a reunião de pessoas privadas com o intuito de formar um público para debater, entre outras, questões do Estado, como aponta a figura 1.

O modo de vida da burguesia favoreceu o debate de ideias, pois valorizava as capacidades intelectuais por oposição às condições de nascimento. Habermas reconheceu a formação da Esfera Pública burguesa como uma instância de interesses coletivos, mas que só estava aberta à participação dos cidadãos que possuíam propriedades e esclarecimento, ou seja, apenas os burgueses, mantendo os interesses dessa classe, mas capaz de favorecer uma consciência coletiva para uma existência solidária, não coercitiva, libertadora e igualitária entre os homens (BARROS, 2008, p. 24)

Figura 1: A Esfera Pública clássica

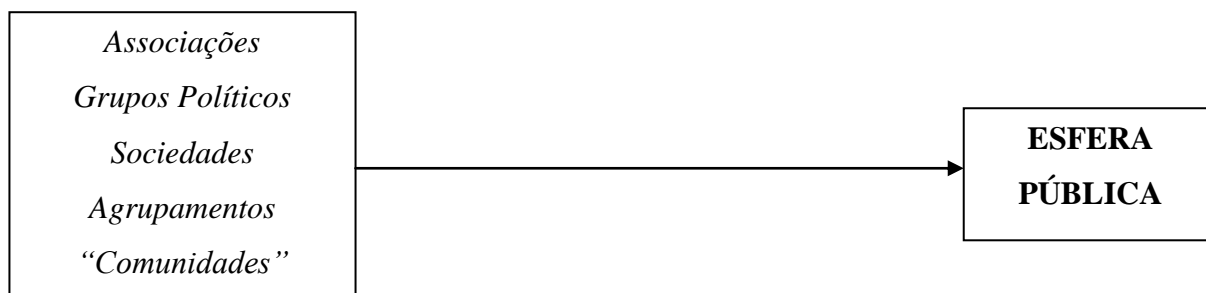


Figura elaborada a partir de GOMES, W.; MAIA, R. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus, 2008. ; HABERMAS, J. *Mudança estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989 ; HABERMAS, J. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

O privado e o público, ou seja, aquilo que era da corte no Estado Absolutista e que fazia referência à cidade, começaram a ter suas diferenças acentuadas “A Esfera Pública burguesa se transformou em um ambiente de resistência à autoridade pública estatal. Os

⁴ A ideia de Estado de bem-estar social retrata uma espécie de organização política e econômica que tem o Estado como principal agente da promoção social e organizador da economia, sendo um modelo que predominou nos países ocidentais durante o século XX. Esse seria um Estado em que o poder organizado é utilizado para modificar o funcionamento do mercado para (i) garantir aos indivíduos e famílias um rendimento mínimo independente do valor de mercado de sua propriedade; (ii) diminuir a insegurança diante das “contingências sociais” e (iii) assegurar a oferta de serviços sociais a todos os cidadãos, sem distinção de status ou classe.

cidadãos buscavam esclarecimento sobre os temas antes restritos ao Estado e à Igreja e fizeram circular suas opiniões, criando meios de publicidade (BARROS, 2008, p. 25).

Dessa forma, “*A mudança estrutural da Esfera Pública*”, como demonstrado na figura 2, retrata a ascensão e desintegração da Esfera Pública Burguesa tendo como pano de fundo a transmutação de espaços dedicados ao debate racional da vida política burguesa datada do século XVII para uma sociedade massiva, marcada pelas grandes corporações, elites que dominam e pelo capitalismo monopolista, ou seja, retrata, assim, o enfraquecimento das funções críticas da Esfera Pública liberal para um espaço do Estado de bem-estar social (WIMMER, 2012, p. 97). “Com o exercício da discussão de ideias, a Esfera Pública adquiriu a função de legitimação da lei, ou seja, estabeleceu o vínculo entre as normas editadas pela autoridade estatal e a opinião pública” (BARROS, 2008, p. 25).

Figura 2: Esfera Pública, mercado e capitalismo

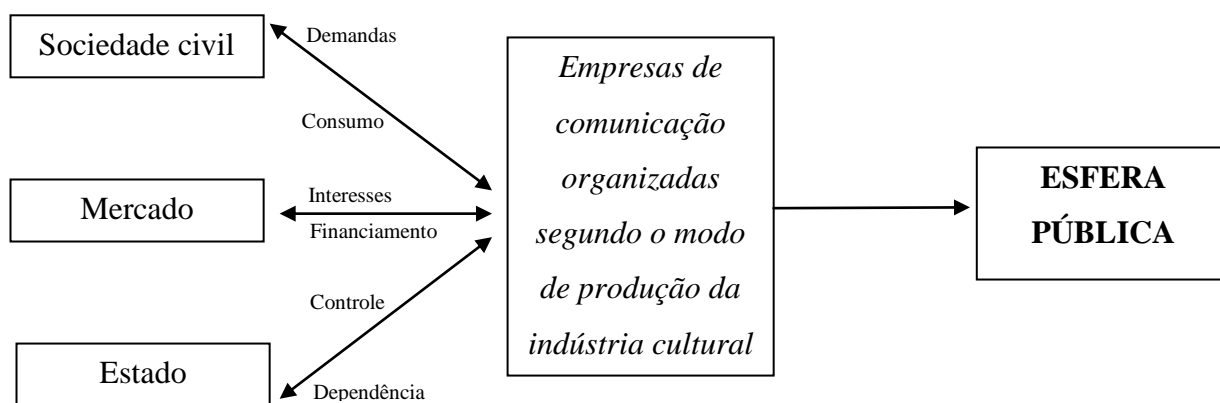


Figura elaborada a partir de GOMES, W.; MAIA, R. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus, 2008. ; HABERMAS, J. *Mudança estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989 ; HABERMAS, J. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

2.3 Reconfiguração da Esfera

Algumas críticas foram apontadas à noção de Esfera Pública burguesa de Habermas, da relação equivocada adotada pelo autor entre elementos normativos e empíricos para a composição de um modelo local e historicamente determinado como universalizável. Serra (2001) reuniu alguns aspectos da abordagem crítica, apontando entre eles a inadequação

histórica do conceito; o fato de não ter debatido que a Esfera Pública burguesa era excludente ao considerar mulheres, pobres, não educados e minorias étnicas; e o não reconhecimento das esferas públicas alternativas e suas funções.

Schudson (1992) aponta, por sua vez, que a sociedade civil é constituída por instituições intermediárias entre o Estado e as pessoas privadas (Igreja, meios de comunicação, partidos políticos e associações)

O autor defende que o Estado deve ser inserido dentro da Esfera Pública, mas não como dimensão separada da vida social; inserindo, assim, o Estado no centro da análise como promotor da sociedade civil e da Esfera Pública. Ele reconhece que o governo alterna posturas de apoio e desencorajamento em relação às associações de cidadãos, existindo uma influência mútua, pois as instituições da sociedade civil estão simultaneamente dentro e fora do Estado (SCHUDSON, 1992 apud BARROS, 2008, p. 26)

As críticas provocaram a reflexão de Habermas e contribuíram para a reelaboração de conceitos, provocando a elaboração de uma nova noção de Esfera Pública, agora considerando sua função normativa e defendendo sua validade empírica. Trabalhos posteriores de Habermas se distanciaram de uma descrição histórica e se aproximaram de acepções analíticas, dando ênfase em um modo de integração social a partir da Esfera Pública.

Em textos mais recentes, a noção habermasiana de Esfera Pública está relacionada a uma rede ideal e adequada para a divulgação de conteúdos, tomada de posições e opiniões. Trata-se de uma “estrutura comunicacional do agir orientada pelo entendimento” (HABERMAS, 2003a, p.92), relacionada “com o espaço social gerado no agir comunicativo, não com as funções nem com os conteúdos da comunicação cotidiana” (HABERMAS, 1997, 92), na qual se encontram as opiniões públicas, sendo essa uma estrutura intermediária entre o sistema político⁵ e os setores privados (HABERMAS, 1997). Com isso, na Esfera Pública os temas e as tomadas de decisões definem como as manifestações são escolhidas, e as opiniões focalizadas são responsáveis pela elaboração das informações e argumentos.

Tais opiniões enfeixadas são transformadas em opinião pública através do modo como surgem e através do amplo assentimento de que gozam. Uma opinião pública não é representativa no sentido estatístico. Ela não constitui um agregado de opiniões individuais pesquisadas uma a uma ou

⁵ Para Lindblom (1981), o sistema político pode ser entendido como um sistema de regras que define e distingue os papéis de cada um dos agentes envolvidos, tais como, por exemplo, o prefeito, o vereador ou mesmo o cidadão. É o sistema político que aponta quem pode exercer cada uma das funções e o que é permitido a cada um dos agentes.

manifestas privadamente; por isso, ela não pode ser confundida com resultados da pesquisa de opinião (HABERMAS, 1997, p. 94).

O autor abandonou, portanto, o modelo bipolar que colocava a sociedade civil em contraposição ao Estado. Ele passou a considerar os diversos públicos ou arenas discursivas presentes na sociedade, sendo que a Esfera Pública passou a representar um espaço para o conflito entre diferentes grupos baseado na racionalidade.

Para Habermas, o centro do sistema político passa a ser formado por parlamentos, tribunais, agências da administração pública e o governo (o que ele convencionou de instituições formais) e as arenas deliberativas são as ramificações desse sistema político, o que faz com que a a Esfera Pública se apresenta ramificada, “formando esferas públicas mais ou menos especializadas por temas, diferenciando-se ainda quanto à sua complexidade e alcance” (WIMMER, 2012, p.98) e essas são ainda “porosas, dotadas de vasos comunicantes, sem fronteiras rígidas entre si” (WIMMER, 2012, p.99), conforme estrutura da figura 3 apresentada por Wimmer (2012, p.99).

Figura 3: Representação da Esfera Pública a partir das ideias de Habermas (2003b; 2006)

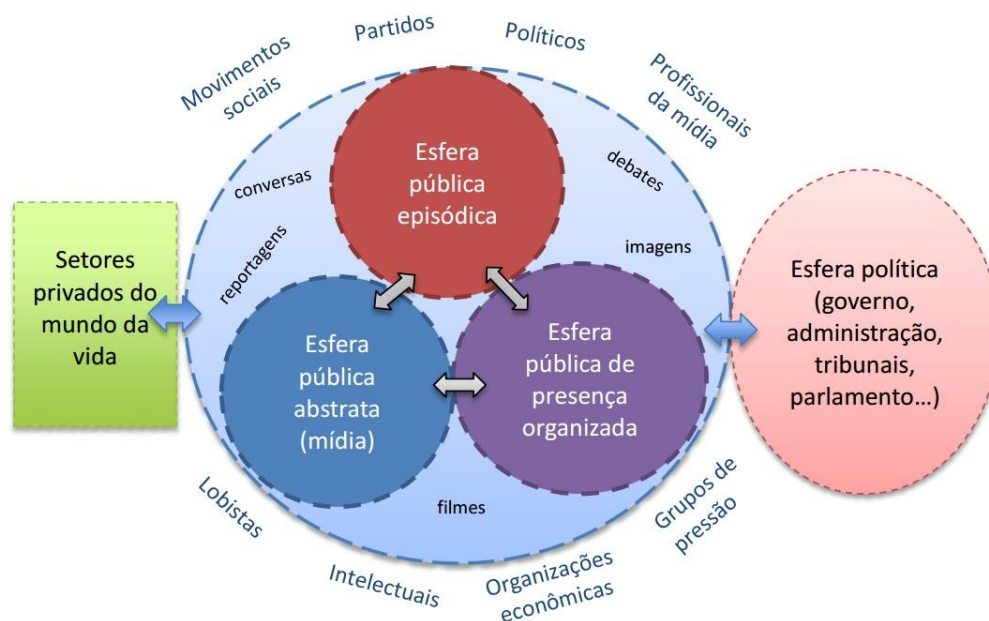


Figura disponibilizada em WIMMER, Miriam. Direitos, democracia e acesso aos meios de comunicação de massa. 2012. 310 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

Essa seria uma rede considerada complexa e ramificada em arenas internacionais, nacionais, regionais ou locais que estão conectadas e se interagem. Essa se torna uma rede de alta complexidade e ramificada em arenas nacionais, regionais ou local com interação entre elas. Os públicos, organizados por temas, interesses e níveis de organização se dialogam pelo fato de apresentarem uma linguagem em comum e estarem integrados pelos meios de comunicação (WIMMER, 2012)

Sendo assim, a sociedade civil passa a ser definida como a totalidade das esferas auto-organizadas sob a forma de associações, organizações, cooperativas e semelhantes, em que os membros conferem livremente direitos iguais uns sobre os outros e através do qual uma Esfera Pública, social e política é estabelecida. As iniciativas cidadãos, mesas-redondas, várias sociedades, nacionais e internacionais, Organizações Não Governamentais (ONG), entre outros, fazem parte da sociedade civil na nova esfera política. Embora os conceitos de Esfera Pública e sociedade civil não se coincidem, eles se sobrepõem a um grau significativo, e, dada a sua função crítica no modelo de democracia deliberativa, “a intersecção da sociedade civil e da Esfera Pública é particularmente importante” (ASEN; BROUWER, 2001, p. 26).

Dessa forma, pode-se apontar que a Esfera Pública consegue “identificar e interpretar os problemas sociais e, por meio de procedimentos deliberativos fornece uma pluralidade de opiniões públicas que, por sua vez, exercem influência sobre a esfera política, conferindo legitimidade às decisões ali tomadas” (WIMMER, 2012, p. 99).

O processo de deliberação na esfera pública deve cumprir três funções (HABERMAS, 2006, p.416): (i) mobilizar e agregar questões relevantes, levantar informações necessárias e especificar interpretações possíveis; (ii) usar argumentos adequados para processar essas contribuições; e (iii) gerar posições de “sim” ou “não” motivadas pela razão. Para a deliberação acontecer, dessa forma, é necessário garantir a racionalidade da discussão a partir de alguns critérios: (i) reconhecimento do interlocutor; (ii) igualdade de condições de participação; e (iii) respeito às regras. Em um debate na Esfera Pública, todos os participantes devem reconhecer mutuamente o direito igual de todos os outros de intervir e dar sua opinião(i), sendo que o entendimento fica impossível de ser alcançado quando alguém desqualifica as considerações do outro. Outra condição básica é a de que os interlocutores estejam em pé de igualdade, isto é, não pode haver hierarquia entre eles (ii). A Esfera Pública prevê o livre debate de ideias, sendo que não há deliberação possível onde exista relações de poder. Nesse sentido, as regras estipuladas por Habermas buscam diminuir um pouco as tensões causadas pelo poder no livre debate de ideias. Por fim (iii), os debates na Esfera

Pública são pautadas por determinadas regras que não privilegiar as proposições argumentativas em detrimento aos ataques e impossibilidade de réplicas.

Gimmler (2001) aponta o modelo habermasiano de Democracia Deliberativa com três vantagens sobre os demais até então propostos: (i) normatividade; (ii) pluralismo; e (iii) vantagem da legitimação. Em relação à normatividade, a abordagem da democracia deliberativa é baseada numa estrutura que permite a legitimidade do Estado Constitucional e da sociedade civil para ser justificada. Esta justificação é o resultado de uma prática discursiva que fornece a estrutura para resolver conflitos políticos de forma racional. “A validade da justificação é produzida pelo discurso racional e está associada ao consentimento sem coerção de todos aqueles potencialmente envolvidos” (GIMMLER, 2001, p. 23). Sob a forma de regras processuais essas condições preveem a garantia de um contexto discursivo para a resolução de conflitos e expressar a base normativa da democracia deliberativa. A segunda vantagem do modelo de Habermas diz respeito à diversidade de valores, diretamente relacionada ao pluralismo de ideias. “A Esfera Pública desempenha um papel importante nas sociedades pluralistas como uma arena para expressar e constituir essa diversidade” (GIMMLER, 2001, p.24). Por fim, os procedimentos institucionalizados de tomada de decisão estão conectados com a Esfera Pública e a sociedade civil. A legitimidade de todo o procedimento, por conseguinte, baseia-se em duas formas de soberania popular: o Estado Constitucional democrático e suas instituições legais, de um lado, e a Esfera Pública da sociedade civil e suas fundações de comunicação e discurso, no outro.

Nesse ideal de Esfera Pública em sociedades complexas, como aponta Habermas (1997), as estruturas intermediárias, em interlocução com as intuições formais do Estado e da sociedade civil, são compreendidas por um número significativo de arenas que se articulam entre si e se sobrepõem. Essas arenas públicas são elos daquilo que é observado em potencial nas esferas privadas e que são capazes de apresentar as discussões e deliberações da sociedade civil (movimentos, associações e organizações livres) até as instâncias estatais por meio da esfera pública. Para Habermas (1984,1997), a esfera pública pode sim ser considerada como um fenômeno social imputado pela própria interação da sociedade civil. Em linhas gerais, essas arenas relativizam os problemas sociais do âmbito das esferas privadas, os delimita por aspectos gerais e comuns, e os transmitem para a esfera pública política. A produção dessas arenas, ou microesferas públicas associadas ao cotidiano (Avritzer & Costa, 2004), são de interesse da própria sociedade civil e a ela cabe, inclusive, a responsabilidade de produzi-las e mantê-las.

2.4 Mídia, Esfera Pública e Mobilização da Opinião

Habermas (1997) detalha que os meios de comunicação de massa são responsáveis por uma mudança na estrutura e funcionamento da Esfera Pública. Assim, “ao invés da imprensa intermediar a opinião pública, passa a ver uma opinião (não) pública ser cunhada primeiro por meio da mídia” (LEAL, 2013, p. 19). Para o autor, a legitimidade da Esfera Pública passa a ser questionada quando essa está sob a influência dos *mass media*, ao passo que esses prejudicam a discursividade, a argumentação e o profícuo debate dos assuntos disponibilizados ao público pelo fato de estarem dominados por interesses e fatores diversos, entre eles do próprio mercado e o Estado.

Para o autor, a noção de Esfera Pública pode ser desligada da presença de um público concreto a partir das possibilidades criadas pela mídia, “deixando a estrutura espacial das interações simples e avançando para a abstração ao considerar a presença virtual de leitores, ouvintes e telespectadores situados nos mais diversos locais” (LEAL, 2013, p. 18). Essa mudança estrutural acaba por criar categorias de diferenciação entre os que falam, os que escutam, os que organizam e coordenam o debate (LEAL, 2013)

Habermas (1997) não deixa de reconhecer que os direitos à liberdade da imprensa são importantes para a configuração de uma ambiência para a comunicação pública, no entanto não deixa de discutir que a Esfera Pública dita ideal está em constante risco e que cabe aos indivíduos a promoção e a continuidade do debate público. Sendo assim, as estruturas de comunicação da Esfera Pública são ancoradas por associações e organizações livres, não estatais e não econômicas, ou seja, a sociedade civil apoiada nos direitos fundamentais que garantem, por exemplo, a liberdade de opinião e de encontros. No entanto, a Esfera Pública e a sociedade civil não estão isentas de deformações apenas pela presença das garantias dos direitos fundamentais. Por essa razão, “as estruturas comunicacionais da Esfera Pública têm que ser mantidas intactas por uma sociedade de sujeitos privados, viva e atuante” (HABERMAS, 1997, p. 102). O caráter autorreferencial da prática comunicacional da sociedade civil confirma que a Esfera Pública política precisa criar condições para a sua estabilização.

Habermas (1997) destaca as funções ideais que a mídia nos sistemas políticos constitucionais deveria vigiar sobre o ambiente sociopolítico; definir as questões significativas da agenda política; estabelecer canais/plataformas que possibilitam o processo

de defesa das posições; permitir o diálogo e o debate entre os diversos pontos de vista; a criação de mecanismos para a prestação pública das contas; incentivar os cidadãos e convidá-los à participação ativa; resistir a todo processo que vise restringir o aspecto do debate público; e o respeito de todos os envolvidos.

Habermas acredita que os processos deliberativos na Esfera Pública acontecem quando existir a independência dos meios de comunicação face aos centros políticos e econômicos (fato que possibilitaria, entre outros, a ampliação democrática dos canais de participação e decisão na Esfera Pública midiaticamente ampliada) e quando houver a possibilidade de uma sociedade civil inclusiva que empodere os cidadãos para participar e responder a um discurso público (HABERMAS, 2006). Nessa linha, tomando os preceitos habermasianos, é operante afirmar que a Esfera Pública possa gerar opinião pública consistente quando em condições favoráveis capazes de influenciar o sistema político a partir de discussões de assuntos considerados relevantes (WIMMER, 2012):

[...] a não avaliação pela própria sociedade de seus veículos de comunicação pode tornar-se para ela uma interseção entre ter uma comunicação comprometida com toda a sociedade ou uma comunicação comprometida com os interesses de alguns pequenos grupos de pessoas (WIMMER, 2012, p. 33)

Tal como atualizou Wimmer (2012), há uma lacuna que pode ser criada para a restrição à amplitude das informações pelo fato de não existir qualquer forma de controle da sociedade civil sobre os meios de comunicação

2.4.1 TICs, internet, novas mídias e a Esfera Pública

O advento da internet como uma rede global de compartilhamento de informações e o surgimento de novas tecnologias disponíveis a cidadãos comuns revolucionaram a produção e divulgação de notícias nas últimas décadas. Segundo Gillmor (2005, p. 227), “a internet é o mais importante meio de difusão desde a invenção da imprensa”, constituindo-se, da maneira mais radical, como promotora da transformação, uma vez que possibilita a qualquer indivíduo produzir e compartilhar conteúdos. Com isso, verifica-se em curso a passagem de uma hierarquia vertical dos grandes meios de comunicação, que detinham o monopólio da

informação, para um sistema mais democrático no qual todos podem exercer sua participação cívica.

Nos últimos 150 anos, dispusemos essencialmente de dois meios de comunicação: de um para muitos (livros, jornais, rádio e televisão) e de um para um (cartas, telégrafo e telefone). Pela primeira vez, a Internet permite-nos dispor de comunicações de muitos para muitos e de alguns para alguns, o que tem vastas implicações para os antigos receptores e para os produtores de notícias, na medida em que a diferença entre as duas categorias começa a tornar-se difícil de estabelecer (GILLMOR, 2005, p.42).

Para o autor, as novas tecnologias e uma crescente insatisfação com os meios de comunicação de massa criaram as condições para o aparecimento dessa nova estrutura. Na nova era das comunicações digitais, o público não é mais apenas receptor, mas sim, parte integrante do processo de produção e divulgação de notícias. Mesmo pessoas que vivem em países com regimes repressivos passaram a ter voz e lutar por suas causas, como aponta Gillmor (2005, p.146), “as novas tecnologias permitiram que muitos milhões falassem livremente e fossem ouvidos, em muitos casos pela primeira vez”.

a internet [...] está definitivamente inserida no processo de comunicação do homem moderno contemporâneo, oferecendo informação para que ele possa tomar as decisões necessárias no seu dia-a-dia, seja no trânsito, no trabalho, ou para o seu entretenimento. É uma teia da qual, ele não consegue se desvincular, pois quase tão necessária como o alimento, para alcançar a velocidade do mundo e se inserir nele como agente participante do contexto histórico, social, político, econômico e cultural (ROCHA, 2014, 161-162)

Como ainda aponta Brittos (2002), pode se afirmar que os impactos econômicos e políticos das tecnologias e suas consequências na ação social do espaço público, no entanto, “é na disputa para vencer os limites pelo capital e pela expansão da cultura ligada aos ditames do consumo, que se opõem à concretização de uma comunicação popular libertadora, articulando democracia e cidadania” (BRITTOS, BOLAÑO, 2002, p.12).

As tecnologias de informação e comunicação podem ser importantes instrumentos facilitadores da mobilização social, um meio ou uma ferramenta da ação cidadã. A atitude cívica por meio de tecnologias móveis não é fruto mesmo da tecnologia, mas de uma possível transformação no pensamento social. A tecnologia por si só, não mobiliza ou transforma o cidadão pacato num ativista social. As tecnologias não determinam o procedimento da interação comunicativa, tampouco garantem ou promovem a reflexão crítico-racional; tão somente facilitam o

armazenamento e a circulação dos estoques informativos e agilizam as buscas por uma diversidade de fontes informativas (MARCONDES, 2007, p.6).

As esferas públicas criadas pela internet (BENNET, 2004) são mais que universos paralelos de informação que existem independentemente da mídia de massa. Ao contrário, a internet muda a forma como são feitas as notícias em função da oferta de contrainformação. “A internet pode engendrar novas formas de participação individual ou grupal nas discussões dos assuntos que dominam a Esfera Pública. Enquanto ferramenta acessível, ela também possibilita que novos assuntos sejam trazidos à discussão pública” (BENNET, 2004, p.25), ampliando de forma substancial a circulação de informações e de fontes diversificadas, descentralizando o processo de produção e a divulgação dos conteúdos e possibilita a expressão de vozes diferentes. Esse espaço passa a ser considerado uma extensão da cidadania que se articula por meio da troca de ideias entre os indivíduos/cidadãos interessados

Essa descentralização intrínseca à internet permite a construção de subjetividades opostas, até então excluídas da Esfera Pública. Tal característica é anunciada como o traço mais significativo da rede, o que, acredita-se, permite que a internet subverta a autoridade política, ao mesmo tempo em que enfraqueça as formas estatais de controle. (MARCONDES, 2007, p. 7).

Jenkins (2009) aponta que os antigos consumidores dos conteúdos disponibilizados a partir da internet eram indivíduos isolados. Com a convergência, a internet e as redes sociais, os novos consumidores são mais conectados socialmente. O papel tradicional da imprensa e da mídia eletrônica vai sendo desgastado a partir do momento em que o próprio manifestante e cidadão decide ser o seu próprio porta-voz nas redes sociais, criando, assim, uma Esfera Pública dita conectada (figura 4). E também porque ele dispõe de meios próprios para transmitir as suas opiniões e as suas ideias para o restante da população.

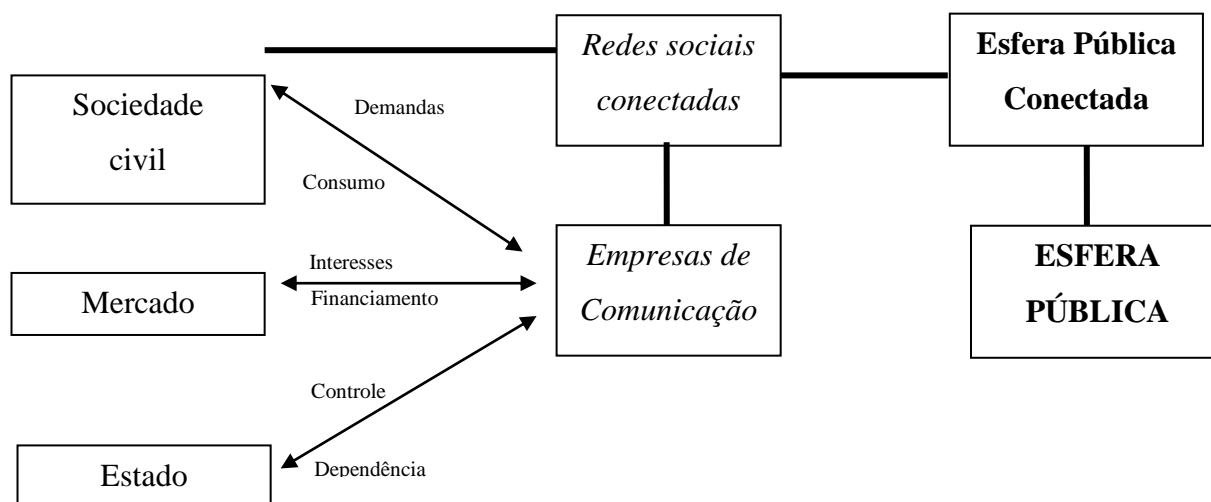
Figura 4: Esfera Pública Conectada

Figura elaborada a partir de GOMES, W.; MAIA, R. *Comunicação e democracia*. São Paulo: Paulus, 2008. ; HABERMAS, J. *Mudança estrutural na Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989 ; HABERMAS, J. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

Anterior ao surgimento das mídias sociais como o YouTube, Twitter e Facebook, os blogs são apontados pelo autor como a primeira ferramenta a tornar fácil a publicação na internet, possibilitando a qualquer usuário veicular notícias. Como um meio flexível e interativo, os blogs permitem a comunicação de muitos para muitos e de alguns para alguns, significando um importante avanço para o chamado jornalismo participativo ou cidadão. A popularização dos blogs, segundo Marcondes (2007), propiciou o fortalecimento da participação cidadã na geração de conteúdos noticiosos, formando, juntamente com as redes colaborativas, um dos primeiros pilares do jornalismo cidadão.

Pode-se chamar de jornalismo cidadão, uma situação em que as pessoas relatam o que acontecem no seu bairro ou na região que vivem. É o tipo de noticiário local que possibilita a participação do público. Sob esta ótica, o jornalismo colaborativo é muito bem-vindo uma vez que ajuda na composição dos fatos. Mas jornalismo continua exigindo responsabilidade, ética e o comprometimento com a credibilidade. (TEIXEIRA, 2010, p.8).

A mídia online tem, portanto, seu papel cada vez mais reconhecido, seja no aumento do público leitor, ouvinte ou espectador de canais *online*, como também no fomento de debates como o dos oligopólios midiáticos existentes no país. Uma vez constatada a

discrepância de pautas e informações divulgadas por cada veículo, da mídia tradicional em contraponto ao de mídias paralelas, e o enfoque dado por eles, é também instigada à discussão da regulamentação da mídia e do futuro do jornalismo.

No entanto, como aponta Patrocínio (2003) é preciso que seja realizado um avanço no acesso de e a todos os cidadãos no que diz respeito às novas tecnologias e à internet. A cidadania apontada a partir desse aspecto só pode se efetivar-se quando o acesso aos meios tecnológicos, à publicação, à produção e à divulgação estiver assegurado. Como “as lógicas inerentes às novas TICs perpassarem a toda a sociedade” (PATROCÍNIO, 2003, p.10) é necessário ampliar o acesso a todos os cidadãos como se esse fosse um direito para diminuir o empobrecimento e a assimetria da sociedade.

De acordo com a pesquisa “Brasil Conectado – Hábitos de consumo de mídia – 2014” realizada pelo *Interactive Advertising Bureau* (IAB Brasil) em parceria com a ComScore, 46% dos entrevistados passam pelo menos 2 horas de seu dia navegando ativamente em diversos dispositivos (IAB Brasil, 2014, p.8). Além disso, a internet também aparece como a atividade preferida (65%) apontada pelos respondentes dentro de uma possibilidade de 15 minutos de seu tempo livre durante o dia. “A importância dada aos diversos tipos de mídia se manteve estável desde 2013”, 88% em 2013 e 87% em 2014”, “com a internet ainda sendo considerada o meio mais importante pela população online brasileira. Cerca de 9 em 10 usuários brasileiros consideram a internet como um tipo de mídia muito importante, enquanto que um pouco mais da metade considera a TV muito importante” (IAB Brasil, 2014, p.11). No que diz respeito às mídias noticiosas *online*, mais da metade (58%) dos consumidores brasileiros utilizam seus *smartphones* para buscar notícias, sendo que 72% dos entrevistados afirmaram possuir tal dispositivo com conexão à internet; 61% possuem *laptops* e outros 35% possuem *tablets* (IAB Brasil, 2014, p. 16).

Por outro lado, de acordo com dados do *Reuters Institute Digital News Report 2014*⁶, enquanto, na maioria dos países analisados, a porcentagem da população que tem acesso à rede é alta, ficando em torno de 80% (chega a 90% na Dinamarca), Itália e Brasil ficam bem abaixo da média: 58% e 46%, respectivamente. Mesmo a Espanha, que não é destacada pela pesquisa, possui apenas 67%. da população acessando a internet - seriam esses os três países mais pobres entre os selecionados. O documento revela que as pessoas têm acessado cada vez mais as notícias de modo online. O número de usuários que acessam esse serviço várias vezes ao dia cresceu de 53%, em 2012, para 62%, em 2014, sendo que os homens, 72%, acessam o

⁶ Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/>

noticiário mais vezes ao dia do que as mulheres, 59%. Esse aumento no número de usuários pode ser resultante das mudanças tecnológicas que ocorreram no período. Cada vez mais pessoas têm acesso à *smartphones* e *tablets*, devido a popularização desses produtos e a diminuição de seus preços e dos planos de acesso à internet, o que permitiria que o usuário esteja mais horas ao dia conectado. A pesquisa infere que quanto mais dispositivos este possuir, mais frequente será o seu consumo.

O aumento no número de dispositivos móveis, ainda de acordo com o *Reuters Institute Digital News Report 2014*, tem modificado também o modo como acessamos as notícias: os jovens tendem a acessá-las ao longo do dia, conforme algum assunto lhe chame a atenção; já os mais velhos, costumam fazê-lo pela manhã, no horário de almoço e no começo da tarde. Tradicionalmente, os sites de notícias costumavam ter seus picos de tráfego durante o dia através de computadores; com o advento dos dispositivos móveis, o usuário tem também acessado esses serviços durante seu trajeto para o trabalho e na volta para casa. No caso brasileiro, apesar de apenas 66% dos usuários afirmar acessarem as notícias várias vezes ao dia⁷, ficando em quinto no ranking de acesso entre os países pesquisados, 87% se dizem muito interessados pelos produtos noticiosos, tornando o país o mais interessado em notícias. Apesar disso, apenas 37% dos entrevistados brasileiros utilizam a internet, incluindo redes sociais, como o principal meio de informação, com a televisão mantendo a sua preferência e importância na população, com 56%.⁸

No que diz respeito ao exercício profissional, por outro lado, o elevado fluxo de informações e a alta velocidade da rede não alteram a responsabilidade social dos profissionais de comunicação, ou mesmo daqueles que as utilizam para tal finalidade. Mas é com base num novo código de produção, o uso técnicas específicas e o desenvolvimento de habilidades especiais por parte do repórter, que eles podem promover a democracia e a cidadania. O que se faz necessária é a adaptação da rotina de trabalho a um mundo de conversação e informação contínuas, em tempo real (PATROCÍNIO, 2003). Em meio a avalanche de dados, muitos, por exemplo, transmitidos por cidadãos comuns, é aproveitando a expansão de novos meios e direcionando o bom uso dessas novas ferramentas na busca de objetivos jornalísticos que se mantêm os profissionais da mídia hoje.

⁷ Os brasileiros afirmaram na pesquisa se interessarem mais por notícias sobre o país, 66%, e sobre saúde e educação, com 57%. O menor interesse dos brasileiros seria em notícias engraçadas ou curiosas, com 15% e apenas 27% se interessam por arte e cultura.

⁸ Isso pode se dever ao fato de que o acesso à internet e aos dispositivos móveis ainda é limitado no Brasil; além disso, o nível de analfabetismo no país - o oitavo no mundo com mais adultos analfabetos, com cerca de 14 milhões de pessoas - pode influenciar para que a TV e o rádio tenham a preferência de parte da população.

CAPÍTULO 3: GLOBAL, LOCAL, GLOCAL E A ESFERA PÚBLICA

Neste capítulo, procura-se apresentar as definições e as relações entre o global e o local, apontando espaços de interação entre eles na ideia glocal. O hiperlocal começou a ser usado para referir-se a cobertura de notícias em nível de comunidade geralmente esquecidas pela mídia tradicional. O conteúdo das notícias hiperlocais está disponível não só para os usuários na comunidade hiperlocal, mas também para aqueles que estão além das fronteiras cibernéticas por meio da nova rede digital (SHAW, 2007, p. 45), com o apoio de agregadores de conteúdo e de sistemas de recomendação. O Jornalismo cidadão de âmbito hiperlocal, então, se concentra na cobertura de eventos de uma área geográfica específica: um bairro, uma cidade ou mesmo um Estado, embora os cidadãos que possam vir a discutir ou relatar o evento online, como Shaw (2007) observa, possa estar fora dessa mesma área geográfica. Com as ideias, surgiram algumas iniciativas online, muitas independentes, outras por parte dos *media mainstream*, que, por sua vez, buscaram atrair novos públicos, estabelecer novas relações com os leitores, criar uma maior proximidade, incentivar a partilha e a colaboração, trocar conhecimentos e descobrir novas histórias.

Maia (2002) destaca o jornalismo cidadão hiperlocal como aquele que incide sobre histórias locais em contraponto com eventos nacionais; podendo ser produzida a partir das organizações noticiosas estabelecidas ou por meio daqueles que não estão inseridos, e nem sempre é 'notícia' no sentido tradicional.

Operações de mídia Hiperlocal são geograficamente baseadas, voltadas para a comunidade, organizações nativas e originais em reportar notícias para a web e pretendem preencher as lacunas percebidas na cobertura de uma questão ou região e promovem o engajamento cívico (LOPEZ GARCIA, 2002, p.200).

Tal como aponta Lopez Garcia (2002), essa nova visão sobre o local poderá ser útil para repensar as bases do jornalismo redirecionando-as para uma sociedade glocal, digital e multimídia. O autor elenca seis pontos de destaque: (1) criação de redações para todos os suportes, uma vez que “a atenção aos conteúdos recuperara a essência dos media e obrigara os jornalistas a contar bem as histórias, a explicar o que acontece, e incorporar as novas técnicas (LOPEZ GARCIA, 2002, p.205); (2) uma maior atenção aos leitores e suas opiniões, o que levará os *media* a “sintonizar com os jovens, com as mulheres, a prestar mais atenção ao local

e a oferecer temas diferenciados, com enfoques próprios, tratamentos em profundidade e com pontos de vista muito diversos” (LOPEZ GARCIA, 2002, p. 205), bem como levará o profissional a ficar mais atento à sociedade e estar mais na rua; (3) estar atento às novas tecnologias e os recursos oferecidos; (4) prestar atenção ao consumo crítico dos conteúdos; e (5) a defesa da interculturalidade, pois “a construção de uma sociedade mais plural e que respeite a diversidade só pode fazer-se a partir de uma defesa da interculturalidade (...) e deve ser construída nos cenários locais e projetada na globalidade (LOPEZ GARCIA, 2002, p. 205).

3.1 Global E (Hiper) Local em contato

Com o advento do digital e a construção de um contexto de comunicação em redes globais marcado pela velocidade da informação, o espaço mediático sofreu alterações na sua territorialização e estratégias para favorecer a proximidade começaram a ser consideradas. Há de se considerar que “as redes de comunicação atravessam todos os níveis, do global ao local e do local ao global” (CASTELLS, 2006) e que “o processo de globalização da cultura está intimamente relacionado com a globalização da mídia, por um lado, e com a globalização da economia de outro. O surgimento de um mercado de mídia global é o princípio deste processo” (ROBERTSON, 1999, p.72).

Tal como aponta Hall (2006), a globalização (quando apresentada na forma de especialização flexível e ponto de criação de nichos) explora a diferenciação local. “Ao contrário de pensar no global como substituto do local, torna-se mais relevante pensar numa nova articulação entre global e local” (HALL, 2006, p.65). Não obstante, é preciso transcender o debate que coloca a dualidade entre a homogeneização global versus a heterogeneização global (ROBERTSON, 199, p. 250) e a questão central deve ser como essas duas tendências se tornaram parte da sociedade e do modo de vida a partir do final do século XX e perpassaram a mutualidade do universalismo com o particularismo.

Segundo Milton Santos, a globalização é real enquanto essência:

a localidade se opõe à globalidade, mas também se confunde com ela. O mundo, todavia, é nosso estranho. Entretanto, pela sua essência, ele pode esconder-se, não pode fazê-lo pela sua existência que se dá nos lugares. No lugar, superpõem, dialeticamente, o eixo das sucessões, que transmite os tempos externos das escalas superiores e o eixo dos tempos internos que é

o eixo das coexistências, onde tudo se funde, enlaçando, definitivamente, as noções e as realidades de espaço e de tempo (SANTOS, 2000, p.).

Entretanto, o local apresenta suas especificidades, sendo responsável por evocar “aquilo que se pode ver, tocar, aprender e, portanto, ser compreendido. Sem dúvida, é desde os espaços locais que se definem os contornos da vida diária, onde se constrói a personalidade social e onde se faz a aprendizagem social” (LÓPEZ GARCÍA, 1999, p. 247). Sendo assim, os fenômenos tornaram-se mais complexos e em escala ampliada. Surge um cenário novo no qual a familiaridade técnica, o motor único, a convergência de momentos e a cognoscibilidade são os vetores que permitem a compreensão dessa cadeia de eventos. (SANTOS, 2000). Peruzzo (2005) enfatiza que, nessa perspectiva, as pessoas vislumbram as benesses advindas com a globalização, mas não vivem só do global, que para muitos não passa de uma abstração diante da busca pelas raízes e pelo desejo de conhecer os valores de sua comunidade.⁹

Para Camponez (2002, p. 20) “o local e o global não são extremos que se opõem, mas espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada”. É precisamente da inter-relação destes conceitos que nasce a ideia de “glocal” (LÓPEZ GARCÍA, 2002). A glocalização destaca a importância de um local no contexto global, trazendo-o para um cenário central onde seria possível destacar elementos de identidade cultural e de regionalidades, em contraste à massificação e ao universal.

Glocal é um neologismo usado para indicar a superposição de um conceito global a uma realidade local, a partir de um meio de comunicação, prioritariamente (mas não exclusivamente) operando em tempo real. No ambiente glocalizado, o sujeito se vê em um contexto simultaneamente local (o espaço físico do acesso, mas também o seu meio cultural) e global (o espaço mediático da tela e da rede, convertido em experiência subordinativa da realidade). Sem o fenômeno da glocalização, suporte comunicacional das trocas em escala global, a derrubada das fronteiras para a circulação de produtos, serviços, formas políticas e ideias estaria prejudicada ou impossibilitada (CAZELOTO, 2007, p. 49).

A ideia de localidade vai além do geográfico: “pode ser base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação [...] identidades histórias culturais [...] proximidade de interesses a fortalecer os ‘laços comunitários’” (PERUZZO, 2005, p.74). Para a autora, a mídia local se destaca por sua cobertura diversa com assuntos que fazem recorte do cotidiano, da história, de valores, de sotaques e outras especificidades de cada região.

⁹ A autora defende que comunidade não pode ser confundida com bairro, cidade ou com segmentos étnicos, religiosos, de gênero, acadêmicos, etc. Pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos. (PERUZZO, 2005, p. 6)

Ao mesmo tempo em que o local indica possuir as dimensões de familiaridade e de proximidade, ele não permite ser tomado com contornos territoriais precisos, pelo menos não como conceito universal, principalmente na perspectiva dos meios de comunicação que, com os avanços tecnológicos, podem se deslocar do local ao universal num mesmo processo comunicativo (PERUZZO, 2005, p.76)

Sendo assim, na perspectiva da autora, os elos de proximidade e familiaridade ocorrem mais pelos laços de identidade do que por razões territoriais. Como aponta Robertson, “aquilo que é chamado de local é, em grande parte, construído por fatores de bases translocal ou extralocal [...] Muito do que se pensa ser local é, na verdade, é o local expresso em termos de conceitos gerais de localidade” (1999, p.248).

Se os laços podem ser relacionados pelas relações de forte identidade comum, eles podem ser expressos “não pela proximidade, mas pela co-presença” (BOURDIN, 2001, p. 62); sendo que essa ultrapassa limites geográficos e dispõe de determinadas bases e fluxos informativos comuns, ou princípios de comportamento, contribuindo, assim, para uma “localização que não se realiza conforme uma simples lógica de proximidade” (BOURDIN, 2001, p.67), mas “teatros sociais completamente penetrados por influências sociais muito longínquas” (BOURDIN, 2001, p.62), senão estrangeiras, sendo a programação híbrida um pequeno componente de um efeito macrossocial. Nessa perspectiva, “o glocal nada mais seria do que a colocação em prática de uma percepção sensitiva e psicológica de que os discursos e os contextos sociais, econômicos e culturais estariam em constante movimento de ressignificação e em busca de interesses integrados” (SOARES, 2015, p.02)

Transportado para outras áreas, o termo glocal mostra-se presente também no estudo comunicacional e visa estabelecer relações discursivas entre as esferas locais e globais, bem como analisar a distribuição das informações nesses ambientes e a atribuição de relevância aos fatos ocorridos em diferentes espaços (sem se esquecer da insignificância dada a determinados acontecimentos, mas isso está muito mais ligado a critérios de noticiabilidade do que ambiente – particular ou universal – onde se sucedem os fatos) (SOARES, 2015, p. 04)

Desse modo, “a proximidade não se mede mais em metros. Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora de nossas casas, nos são próximos” (CAMPONEZ, 2002, p.114), sendo próximos tanto conceitualmente quanto tecnologicamente. Esse local é um espaço onde os costumes e o social são fortalecidos e as diferenças privadas são debatidas

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, na associação de moradores, na padaria da esquina. Ou ainda, identidades ressignificadas, 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 (ROCHA, 2014, p.31)

Partindo da ideia de que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade, “um meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc” (ROCHA, 2014, p.33) e, mesmo diante de distorções, como as que têm origem em vínculos com interesses político-partidários e econômicos, contribui na divulgação de temas locais.

Na prática, o jornalismo local vem revelando algumas tendências. Os laços políticos locais tendem a ser fortes e a comprometer a informação de qualidade. É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até a omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores do poder local e dos interesses econômicos de donos da mídia (ROCHA, 2014, p.35).

Ao remeter tais ideias à produção noticiosa na internet, é preciso considerar que a geração de conteúdos locais ganha novas possibilidades com a estrutura de rede, que, por sua vez, possibilita a ampliação de espaços de veiculação.

3.2 (Hiper) Local: Um Zoom No Conceito

Para López García (2008), a comunicação local interpreta a realidade pela ótica dos valores compartilhados e tem contribuído para a personificação de um cenário da comunicação atual, cujas referências dos comunicantes são extraídas das esferas global e local, que são complementares durante as ações comunicativas. No âmbito do jornalismo digital, o local pode ser compreendido a partir da sobrevivência dos antigos modelos, em sintonia com as apostas e recursos midiáticos dos novos tempos.

A informação local do terceiro milênio tem que ser uma informação de qualidade, plural, participativa, imaginativa, que explique o que acontece no âmbito onde está sediado o veículo de comunicação, para quem informa e que narre o que afeta e interessa os habitantes desse território espacial, inclusive, quando se produz fora. A informação local do terceiro milênio deve promover a experimentação e converter os cenários de proximidade em lugares de comunicação eficiente e lugares de onde possam ser exportadas novas linguagens e formatos para a comunicação mundial (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34).

Shaw (2007, p.10) destaca que “as informações hiperlocais estão relacionadas a histórias de uma determinada vizinhança, uma zona geográfica ou um grupo de interesses, dentro de uma área geográfica delimitada”. No mesmo sentido, Lemos e Pereira (2011) apresentam o hiperlocal como uma forma de cobertura e produção jornalística com conteúdos voltados a atender as demandas de uma comunidade específica, mesclando as características do jornalismo colaborativo que “permite, ainda, a experimentação de recursos digitais que conciliam textos, produção audiovisual, fotografias, infográficos, mapas em um gerenciador de conteúdo de fácil acesso e manuseio, como o blogue” (LEMOS; PEREIRA, 2011, p.08).

Para Camponez a proximidade passou a ser “uma questão transversal no jornalismo, no esforço de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos seus leitores e, particularmente, na definição de estratégias empresariais com o objetivo de conseguir a fidelização dos públicos” (2002, p.113).

A redescoberta do conceito de proximidade assumiu uma importância tanto maior, nos últimos anos, quanto a crise de leitores parecia agravar-se, constituindo-se como uma estratégia para recuperar imensas franjas de públicos que normalmente estão aliados dos meios de comunicação de massa, quer pelo acesso ao seu conteúdo, quer pela possibilidade de se constituírem como sujeitos de comunicação (CAMPONEZ, 2002, p.114).

Lemos (2011) aponta o jornalismo digital localizado como uma conjunção de funções pós-massivas e massivas, onde o usuário pode ter informações mais precisas sobre o seu local graças ao cruzamento de informações pormenorizadas do local com a amplitude do global. Para ele, a questão hiperlocal no Jornalismo está relacionada, antes de qualquer coisa, às informações que são oferecidas a partir da localidade do usuário (informações o sobre o bairro, a rua, entre outros) e, depois, “pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação” (LEMOS, 2011, p. 12). Essas características acabam por inserir uma característica contemporânea ao jornalismo: a vinculação de notícias com fontes diversas vinculadas.

Soares (2015) acredita que o desafio seja apontar as semelhanças e diferenças da glocalização na produção de bens materiais e informacionais, sem, equivocadamente, considerá-los separados e vindos de realidades e anseios distintos, “como se alterações do modo capitalista de produção não englobassem também os artigos midiáticos” (SOARES, 2015, p.03)

Lopez Garcia (2002) acredita na potencialidade da informação local ao apontar que o local possui potencialidade para a construção de uma informação de qualidade e de credibilidade, “visto que essa maior proximidade com os destinatários permite um campo de experimentação privilegiado para dar respostas satisfatórias aos novos desafios” (LOPEZ GARCIA, 2002, p. 200).

O autor ainda sintetiza quais seriam as estratégias para as mídias hiperlocais, enfatizando que “deverão basear-se na informação de proximidade que favorece a participação do cidadão e ser uma via face a uniformização da oferta informativa” e ,assim, reitera que a “combinação dos aspectos macro e micro é vital para o êxito do hipersetor da comunicação (LOPEZ GARCIA, 2002, p. 203). As informações hiperlocais acabam sendo relevantes para a comunidade ou vizinhança que foram afastadas do fluxo dos meios tradicionais (GLASER, 2007) e os baixos custos das ferramentas de publicação e comunicação online que impulsionaram a criação de sites independentes de notícias hiperlocais para atender justamente essa vizinhança. Por outro lado, “a media tradicional procura iniciativas próprias para cobrir o que têm perdido” (GLASER, 2007, p.12).

Nesse aspecto, a produção de conteúdos jornalísticos online de âmbito hiperlocal é uma aposta porque as “notícias nacionais e internacionais estão em qualquer sítio, o que não acontece com as informações hiperlocais, sendo por isso, uma das chaves para a nossa indústria [do jornalismo] triunfar na Internet” (CURLEY, 2007, p.72). Dessa forma, o espaço local pode ser destaque como alternativa para a construção de uma informação de qualidade e credível

Essa maior proximidade com os destinatários permite um campo de experimentação privilegiado para dar respostas satisfatórias aos novos desafios. Pelo menos pensamos que deve ser assim, motivo pelo qual se deverão incrementar as experiências nos observatórios locais para tentar demonstrar esta hipótese (GARCIA, 2002, p. 203).

Um dos primeiros grupos de mídia a apostar no hiperlocal foi o *The New York Times Company*, em parceria com a *New York University*, por meio do projeto *The Local: East*

*Village*¹⁰ lançado em fevereiro de 2010. A proposta do projeto era a de intensificar a produção de conteúdo noticioso sobre um bairro específico de Manhattan, com a previsão de expansão para outros bairros de Nova Iorque. A parceria com a universidade, além de possibilitar um trabalho em equipe entre os acadêmicos, jornalistas e os cidadãos, gerou experimentos para a elaboração do design do site até o desenvolvimento de recursos específicos que garantiram a identidade própria do veículo. O foco do projeto era a inserção de cidadãos, que não tiveram contatos anteriores com os processos de produção informativa, na experiência do jornalismo. Outro exemplo norte-americano iniciado pela imprensa massiva, é o *triblocal.com*, projeto do *Chicago Tribune* em funcionamento desde 2007 com ampla participação dos leitores na construção da narrativa jornalística. No espaço destinado à apresentação do projeto, é colocado: “O local foi concebido e desenhado para ajudar a fomentar uma colaboração jornalística com um terceiro parceiro, nossos vizinhos do *East Village*. O site foi concebido de modo a refletir a nossa comunidade, relatar suas questões e preocupações, dar voz a seu povo em um fórum público on-line de grande alcance e criar um espaço para os nossos vizinhos poderem contar histórias sobre si próprios”.

Figura 5 Home do 'The Local - East Village



Fonte: Reprodução da página inicial do site *The Local*¹¹

¹⁰ <http://eastvillage.thelocal.nytimes.com/>

¹¹ Disponível em: < <http://eastvillage.thelocal.nytimes.com/>>. Acesso em: 12 de abril de 2016

Saindo das iniciativas da imprensa corporativa e indo para os projetos alternativos, é possível citar o *Allvoices*¹², em atividade desde 2008 nos Estados Unidos. Esse é um projeto de site de jornalismo participativo baseado na contribuição dos usuários por meio do compartilhamento de imagens, vídeos e reporte de informações via *smartphone*. O modelo de negócio do site é baseado na contribuição voluntária dos seus usuários. O *Allvoices* permite que jornalistas cidadãos contribuam, por meio de seus blogues, imagens e vídeos, com notícias locais e mundiais. O site também permite que os usuários enviem relatórios sobre seus telefones móveis via MMS e SMS, sendo esse recurso apresentado como uma alternativa para a colaboração de cidadão em países pouco desenvolvidos com baixo acesso a computadores, mas com difusão ampliada de dispositivos móveis. “O objetivo final é fornecer uma visão de 360 graus do que está acontecendo no mundo” é apontado no espaço em que o site é apresentado.

O site atualmente possui uma comunidade de 275.000 cidadãos jornalistas e cerca de 5 milhões de visitantes únicos por mês. Em termos de tráfego são os principais concorrentes da *CNN iReport* e *NowPublic*.

Figura 6 Home do Allvoices

Fonte: Reprodução da página inicial do site *Allvoices*¹³

¹² <http://www.periodismociudadano.com/2010/01/28/allvoices-recauda-3-millones-de-dolares-con-su-web-de-periodismo-ciudadano/>

¹³ Disponível em: < <http://www.periodismociudadano.com/2010/01/28/allvoices-recauda-3-millones-de-dolares-con-su-web-de-periodismo-ciudadano/>>. Acesso em: 12 de abril de 2016

Outro exemplo é o *Global Voices*¹⁴, uma rede internacional de blogues que busca ampliar o compartilhamento de informações em aspecto global e inteiramente desenvolvido por voluntários em mais de 30 idiomas. O Global Voices se mostra como uma comunidade de mais de 1400 escritores, blogueiros, analistas, jornalistas, especialistas de media online e tradutores espalhados pelo mundo que trabalham juntos na cobertura de blogues e das redes sociais desde a sua fundação em 2005. O projeto busca realçar os assuntos e as personalidades que estão afastadas da rotina dos meios internacionais. O manifesto¹⁵ do blogue traz:

Graças às novas ferramentas, as formas de expressão não precisam mais ser controladas pelos que possuem os mecanismos tradicionais de publicação e distribuição, ou por governos que podem restringir a reflexão e a comunicação. Agora, qualquer um pode experimentar o poder da imprensa. Todos podem contar as suas histórias para o mundo

Figura 7 Home do Global Voices



Reprodução da página inicial do site *Global Voices*¹⁶

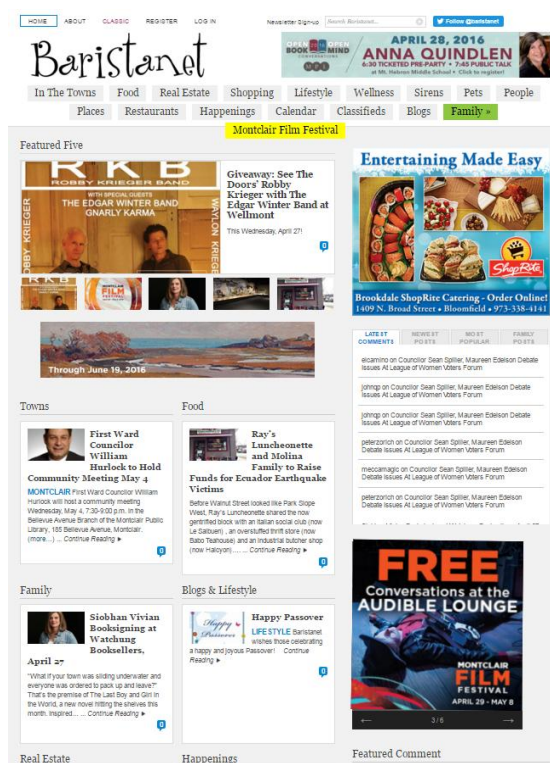
¹⁴ <https://pt.globalvoices.org/>

¹⁵ <https://pt.globalvoices.org/about/manifesto/>

¹⁶ Disponível em: <<https://pt.globalvoices.org/>>. Acesso em: 12 de abril de 2016

Um dos pioneiros dos projetos hiperlocais é o Baristanet¹⁷, de 2004, focado na formação de redes de blogues e na participação de seus leitores. O projeto recebe mais de 9.000 visitas por dia e abrange produção para os bairros de Montclair, Glen Ridge, Bloomfield. Baristanet teve por inspiração, como é postado no site, nos meios de notícias locais em Pittsburgh, Brooklyn, New Haven, Watertown, e Red Bank.

Figura 8 Home do Baristanet



Fonte: Reprodução da página inicial do site *Baristanet*¹⁸

Um projeto a parte, porém com o mesmo viés hiperlocal, é o *Spot.us*, que possibilita que o público sugira e financie temas que serem produzidos por jornalistas profissionais¹⁹. Foi fundado em em 2008 após uma doação de US \$ 340.000 da Fundação Knight e em novembro de 2011 foi comprado pela *American Media Público*.

No Brasil, o jornal O Globo aposta na participação de seus leitores desde 2008 por meio do espaço “Bairros.com”²⁰, no qual são destacadas notícias dos bairros da cidade do Rio de Janeiro em um trabalho conjunto entre a redação do portal jornalístico e os cidadãos. Outro

¹⁷ <http://baristanet.com>

¹⁸ Disponível em: < <http://baristanet.com> >. Acesso em: 12 de abril de 2016

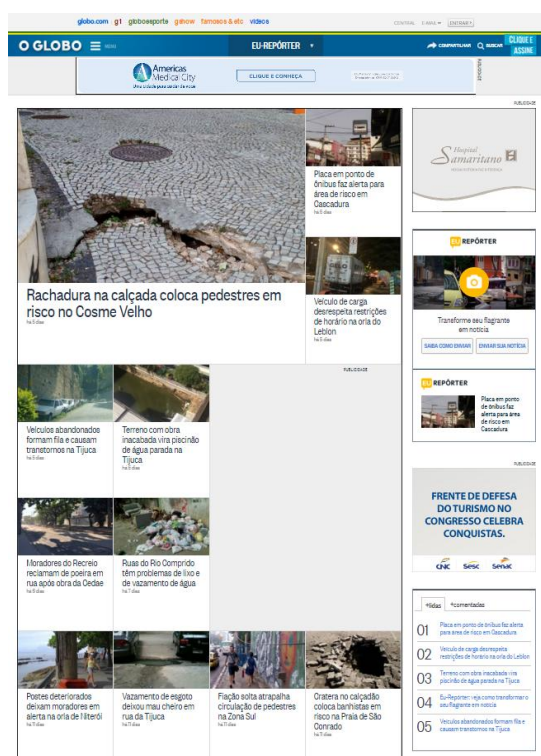
¹⁹ <http://www.csmonitor.com/USA/2009/0923/p02s13-usgn.html>

²⁰ <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/>

projeto que prevê a participação dos cidadãos é o Eu Repórter, no qual os populares são convidados a enviarem conteúdo em vídeo, imagem ou relatos textuais por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp, por um formulário disponível no próprio site ou por email e a equipe de repórteres é destinada a realizar a cobertura dos fatos e a produção completa do material. O site apresenta o espaço da seguinte forma²¹:

“Aqui, é você quem faz a notícia. Essa é a regra do Eu-repórter, a seção de jornalismo participativo do GLOBO que abre um espaço exclusivo para o que faz diferença no seu dia a dia: de denúncias contra irregularidades no trânsito ao desvio de verbas destinadas a obras públicas, passando pelo metrô lotado (vale uma foto, hein?) e o preço do estacionamento do aeroporto que não para de subir (que tal clicar a plaquinha com os valores?). Tudo isso com o reforço de uma equipe de repórteres que, na redação, seleciona, checa e organiza o material recebido, prestando um serviço a todos os leitores a partir da sua denúncia”.

Figura 9 Página da editoria EU-REPÓRTER de O GLOBO



Fonte: Reprodução da página da editoria EU-REPÓRTER²²

²¹ <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/eu-reporter-veja-como-transformar-seu-flagrante-em-noticia-3214613>

²² Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/bairros/>>. Acesso em: 12 de abril de 2016

Experiências como a do O Globo se espalham pela mídia mainstream brasileira, com editorias semelhantes nos sites do Extra, também batizada de Eu-repórter²³, em O Dia, chamada de Conexão Leitor²⁴, no Zero Hora (Leitor-repórter)²⁵, no O Estado de S. Paulo (Foto-repórter)²⁶ e VC no G1²⁷ do portal G1.

Em todos esses casos, a busca pela captação de recursos para que se tenha uma sustentabilidade no jornalismo é destaque à medida que o cenário de mídia se transforma. De acordo com uma pesquisa²⁸ conduzida pelas universidades de Cardiff, Westminster e Birmingham, do Reino Unido, resultou em um relatório detalhado sobre os sites de jornalismo hiperlocal do país, algo inédito sobre esse tipo de mídia que levou em consideração a produção, financiamento e o papel democrático de 183 veículos pesquisados, cerca de um terço dos sites observados, de um total de 183, tem lucro. Para a maioria desses sites, a fonte de renda principal ainda é a publicidade, muito embora alguns utilizam métodos de participação em editais, patrocínios específicos de determinada produção ou mesmo por meio da colaboração dos leitores. No entanto, boa parte ainda financia com recursos próprios apostando na viabilidade social da produção. Entre as problemáticas apontadas devido à ausência de recursos aparecem a resolução de assuntos técnicos, a maior difusão da produção por meio da inserção nas redes sociais, a geração de renda e a venda de espaços para a publicidade como forma de amplificar a produção de conteúdos, e a participação ativa da comunidade e, quando possível, de uma gama de assinantes-leitores.

3.2.1 Descentralização da informação

O ambiente online em redes favorece a lógica participativa, com a interatividade e o compartilhamento entre os indivíduos, em diversos níveis. Dessa forma, facilita-se o engajamento, tendo as figuras de produtor e receptor de conteúdos, indivíduo e coletivo fundindo-se em uma complementariedade (VIEIRA, 009). O digital seria, assim, um *locus* da

²³ <http://odia.ig.com.br/odiabaixada/2015-04-18/conexao-leitor-quadra-de-esportes-abandonada-em-japeri.html>

²⁴ <http://wp.clicrbs.com.br/doleitor/participe/?topo=13,1,1,,13>

²⁵ <http://wp.clicrbs.com.br/doleitor/?topo=13,1,1,,13>

²⁶ <http://fotos.estadao.com.br/>

²⁷ <http://g1.globo.com/vc-no-g1/>

²⁸ WILLIAMS, A. The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners. 2014. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

cultura participativa, na qual as práticas colaborativas são potencializadas em um espaço de representação do coletivo. Para o autor, a colaboração e o diálogo são dois pontos estruturais do jornalismo cidadão, que sempre teve e deverá ter como propósito encontrar ambientes comuns para facilitar o exercício da cidadania e ampliar o valor da democracia, com um firme compromisso em favor da liberdade de expressão.

O termo “audiência ativa” utilizado por Downing (2002) reflete perfeitamente essa realidade; o nascimento e crescimento de um público que não se restringe mais ao papel passivo de recepção de conteúdos. Ao contrário, ele deseja participar ativamente e de modo colaborativo da rede, atuar em sua construção e também na ligação com o mundo técnico, profissional e conceitual do jornalismo e da mídia como um todo. A internet alterou – e continua alterando – gradativamente os hábitos coletivos de comunicação mediada, que antes ocorriam por processos mais físicos e à curta distância. As atuais plataformas e dispositivos são capazes de conectar rotineiramente pessoas de diferentes partes do planeta. As possibilidades de se estabelecer relações remotas interpessoais e interculturais cresceram com o desenvolvimento de tais tecnologias. Mesmo que elas ainda sejam distribuídas de forma desigual, são capazes de induzir muitas mudanças e possibilidades comunicativas para movimentos e organizações, que antes não tão possuíam meios para se dirigir ao grande público. As redes trouxeram recursos de visibilidade e de empoderamento aos movimentos sociais, para organizações não governamentais e para outros projetos coletivos, além do próprio cidadão, em sua forma individual e com um *smartphone* na mão – no caso do vídeo citado, uma vez que qualquer dispositivo como um *tablet* ou um *notebook* pode estabelecer essa conexão em tempo real com a internet.

Seja através de um jornal do bairro, de um blogue ou de um canal no Youtube, as pessoas se utilizam das ferramentas que possuem. Aqueles com acesso à internet têm disponível um mundo de possibilidades, onde qualquer usuário é também um emissor, não há barreiras tão fortemente expostas e enraizadas quanto as que existem no papel e nas emissoras de rádio e televisão.

Não compreender essa dimensão fundamental é continuar pensando que todas as pessoas são produzidas com as mesmas capacidades e chances de competição social. É não compreender como diversas ‘culturas de classe’ pré-moldam e estruturam todas as chances de vida de seus membros de modo indelével. (SOUZA, 2009, pp. 82-83)

Machado (2009) também considera que desde a sua essência, o jornalismo cidadão tem como papel o desenvolvimento da sociedade, fundamentado na participação dos atores

sociais nos processos de decisão e reconstrução das informações. Os autores argumentam que embora o jornalismo seja uma atividade que tenha como função social a construção da cidadania, as presenças de forças como os oligopólios, os interesses políticos e econômicos, que muitas vezes se deixam entrever pelas entrelinhas das notícias, acabam impedindo o exercício do papel cidadão no jornalismo. Diante disso, verifica-se a importância do jornalismo cidadão, praticado pelos novos atores sociais que adotam recursos tecnológicos presentes na web 2.0²⁹ para desenvolver seus espaços comunicativos – blogs, canais no YouTube, Twitter, Facebook - sem depender de oligopólios midiáticos ou de suas linguagens e estruturas. Segundo o autor, para se comunicar nestes novos ambientes digitais, com livre produção e circulação de informações, os cidadãos desenvolveram linguagens próprias e participativas.

A participação do cidadão se torna mais intensa e amíúde no processo de produção de notícias, ou do fazer jornalístico. Ele contribui com sua visão dos fatos, com sua visão particular de mundo, opina sobre determinado assunto, sobre a decisão ou posição de uma autoridade que vai interferir no seu dia a dia; denuncia, concorda, ou informa sobre um novo fato que acontece na sua rua, no seu bairro, que pode ser do interesse de outras pessoas da coletividade (ROCHA, 2014, p.70)

No jornalismo participativo e cidadão, “os indivíduos passam a ter papel ativo na recolha, análise, escrita e divulgação de informações, funções antes restritas aos meios de comunicação” (DOURADO, 2009, p.13) e jornalistas profissionais. Ele não exclui a produção dos jornalistas profissionais, acrescenta a ele a participação de leigos, pessoas que não são profissionais da comunicação, na publicação e difusão de informações. Ele inclui questões de cidadania, mas não está restrita a elas, sua prática ultrapassa os temas sociais e cívicos e abrange qualquer campo do conhecimento. (VARELA, 2007, p.45)

3.2.2 Identificações (hiper)locais

Além de propiciar uma maior pluralidade de informações e oferecer novas oportunidades de inovação no jornalismo, as práticas de hiperlocalidade reforçam a noção de

²⁹ A ideia da web como plataforma marcada pela participação/colaboração atividade de um cidadão ou de um grupo diante da difusão de ferramentas que garantiram essa possibilidade, tais como blogues, wikis, redes sociais, entre tantas.

identidades culturais. Identidades locais, comunitárias e regionais têm se tornado mais importantes ao mesmo tempo em que a globalização parece provocar uma homogeneização das culturas. Concomitantemente, junto com o impacto do global, um novo interesse pelo local parece emergir. De acordo com Hall (2006), a globalização deslocou as identidades culturais no final do século XX. Diante da morte do sujeito moderno, as culturas nacionais emergem como formadoras da identidade cultural. “[...] as identidades nacionais não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2006, p.48). As culturas nacionais buscam unificar seus integrantes numa identidade única, sem levar em conta termos de classe, gênero ou raça. As culturas nacionais não devem ser pensadas como culturas unificadas, e sim, como um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade. As identidades culturais nacionais servem para costurar as diferenças numa única identidade.

Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos- um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/dãs legais de uma nação; elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica [...] (HALL, 2006, p.49).

As consequências da globalização para as identidades culturais podem ser resumidas em três pontos: as identidades culturais nacionais estão se desintegrando, como resultados do crescimento da homogeneização cultural e do “pós-moderno global”; as identidades nacionais e outras identidades “locais” ou particularistas estão sendo reforçadas pela resistência à globalização; as identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades- híbridas- estão tomando seu lugar (HALL, 2006). Hall aponta que alguns teóricos acreditam que um dos efeitos desses processos globais seria enfraquecer ou solapar formas nacionais de identidades culturais. Identidades locais, comunitárias e regionais têm se tornado mais importantes, ao mesmo tempo em que a globalização parece provocar uma homogeneização das culturas.

Ao mesmo tempo, Castells (1999) também aponta para uma nova valorização do local diante do novo paradigma que se torna presente, mostrando que as mudanças em nosso tempo (em que as instituições perdem força) estão fazendo com que a busca da identidade se torne fonte básica de significado social.

As novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade. A comunicação mediada por computadores

gera uma gama enorme de comunidades virtuais. Mas a tendência social e política característica da década de 90 era a construção da ação social e das políticas em torno de identidades primárias- ou atribuídas, enraizadas na história e geografia, ou recém construídas, em uma busca ansiosa por significado e espiritualidade. Os primeiros passos históricos das sociedades informacionais parecem caracterizá-las pela proeminência da identidade como seu princípio organizacional (CASTELLS, 1999, p. 57).

Diante do reforço das identidades locais perante a homogeneização das culturas provocadas pela globalização dos fluxos informacionais, o jornalismo hiperlocal pode oferecer narrativas que relatem as identidades locais, fazendo com que perfis históricos e culturais possam se sustentar, além de valorizar a memória do lugar (LE MOS; PEREIRA, p.4, 2011). Ao favorecer a abordagem local, o jornalismo torna-se importante fomentador de práticas cidadãs. Uma vez que na infinidade das metrópoles a uniformidade de identidades parece mais latente, valorizar a localidade pode criar maneiras de sociabilização, principalmente nas regiões mais periféricas.

3.2.3 Atuações como arenas públicas

A título de início do debate do hiperlocal como arenas públicas, buscam-se nesse item possíveis aproximações a partir da revisão da literatura apresentada até então. As ideias e características das mídias hiperlocais serão debatidas tendo como norte algumas características que foram organizadas na figura 10 e que também serão base para a análise do corpus apresentado nesta pesquisa. Em síntese, considera-se que para uma mídia hiperlocal ser considerada e atuar como arena pública deve 1) ter origem e atuar no seio de uma comunidade; 2) zelar pela manutenção de elementos de identidade local; 3) ter uma interação ativa dos atores da comunidade nos processos produtivos; 4) ter como foco a publicização de assuntos para efeitos “públicos coletivos”; 5) ser desvinculada de instituições de caráter privado e 6) adotar um processo de produção descentralizado.

Figura 10: Características das mídias hiperlocais a partir dos elementos de uma arena pública

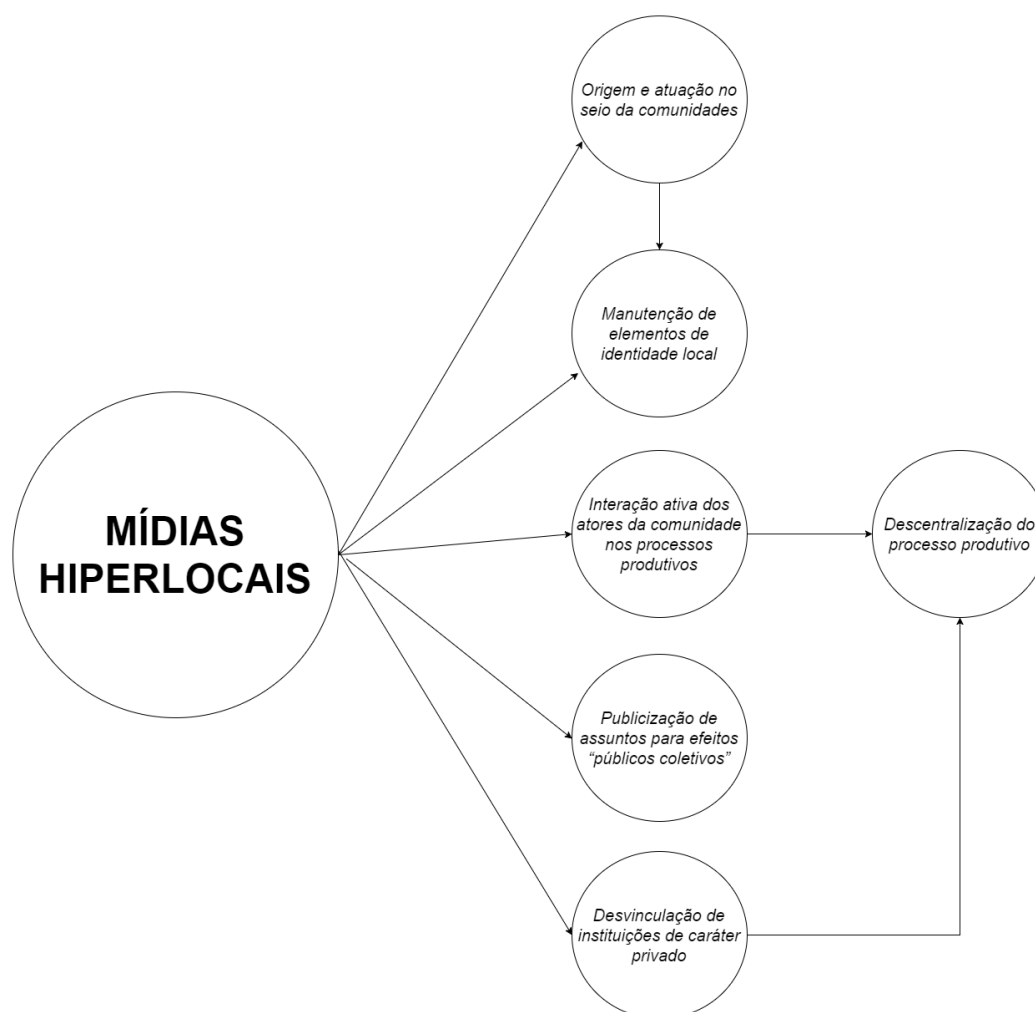


Figura elaborada pelo autor a partir dos conceitos apresentados até o momento

Como apresentado, as arenas públicas se configuram como espaços que possibilitam o debate no interior da Esfera Pública de sociedades complexas e democráticas, além de serem responsáveis por diagnosticar os assuntos de interesse da sociedade e torná-los públicos, consolidando a ideia de opinião pública, e levá-los à Esfera Pública política.

Esse substrato organizatório, representado no fluxo de informação da Esfera Pública, é operado pelo conjunto de associações voluntárias desvinculadas do mercado e do Estado, e que têm a função de captar os anseios da própria sociedade e levá-los ao conhecimento público e, por

consequência, à ciência dos representantes da população nas instâncias político-administrativas do próprio Estado (LOURENÇO, 2009, p. 86)

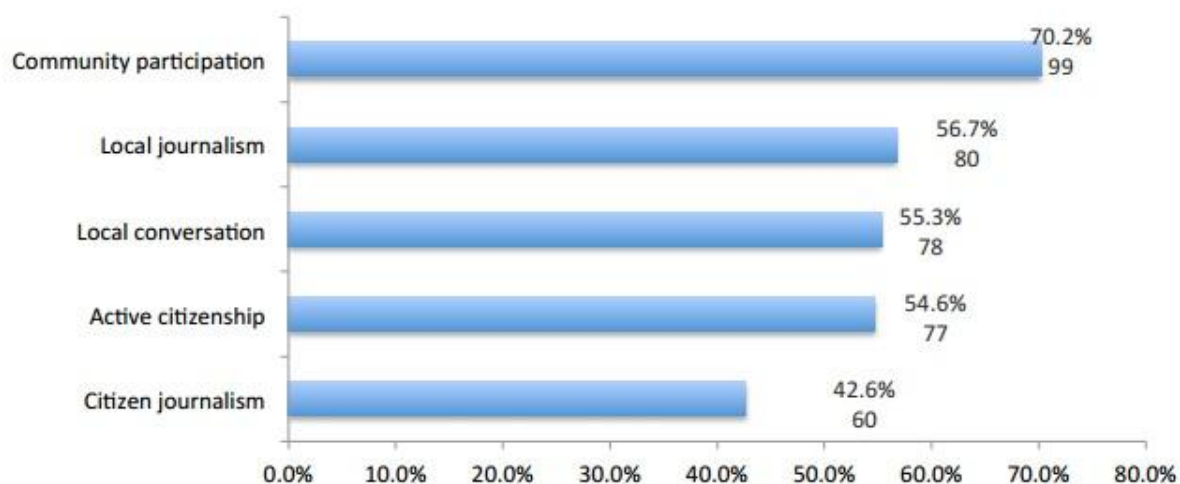
Assim como as arenas públicas, uma premissa para as mídias hiperlocais está na sua origem dentro dos limites de uma comunidade. Conforme já apontado nas seções anteriores, a ideia de comunidade não está presa ao conceito geográfico, mas sim pelas aproximações e laços de identidades que caracterizariam tal comunidade³⁰ e serve de elemento de empoderamento e de instituição da cidadania para tal comunidade ou agentes envolvidos. Sendo assim, quando falamos em noção de global, essa aborda aspectos técnicos (como características físicas), político-econômicos (como diversidade sócio-cultural, histórica, idêntica, etc). “Estão em jogo as várias similaridades nas quais se constroem as práticas sociais” (PERUZZO, 2005, p. 146).

Como aponta a figura 11, de acordo com a pesquisa conduzida no Reino Unido³¹ com 183 mídias hiperlocais, a participação da comunidade (para 70,2% dos entrevistados), o jornalismo local (56,7%) e os assuntos locais (55,3%) são os três principais pontos que auxiliam na definição das mídias hiperlocais em análise, seguido da participação dos cidadãos (54,6%) e do jornalismo cidadão (42,6%).

³⁰ Para esta análise, considerar-se que a comunidade “evoca sensações de solidariedade, vida em comum, independentemente de época ou região” sendo “um lugar ideal onde se almejaria viver, um esconderijo da sociedade moderna” (PERUZZO, 2005, p. 140)

³¹ WILLIAMS, A. The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners. 2014. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

Figura 11: Definição do que é hiperlocal para os produtores de conteúdo



Fonte: WILLIANS, A. The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners. 2014. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

Nesse sentido, a manutenção de elementos de identidade local no contexto da comunicação digital está diretamente relacionado com a origem dessas mídias e sua atuação na comunidade. Além de uma base popular, partindo dos seio de uma determinada comunidade, é preciso que haja uma interação em comum relacionada a uma base identitária. Essas reforçam a aproximação com as arenas públicas, ao passo que tais elementos garantem a melhor captação dos anseios da comunidade e levá-los ao debate. Em um contexto em que prevalece a homogeneização das identidades em níveis globais (HALL, 2006), de mundialização das culturas e mudanças nos fluxos de produção da informação, o local ganha uma nova redefinição diante das potencialidades do cidadão. Esse, em meio a uma infinidade de valores, começa a buscar um ponto para se referenciar e se identificar.

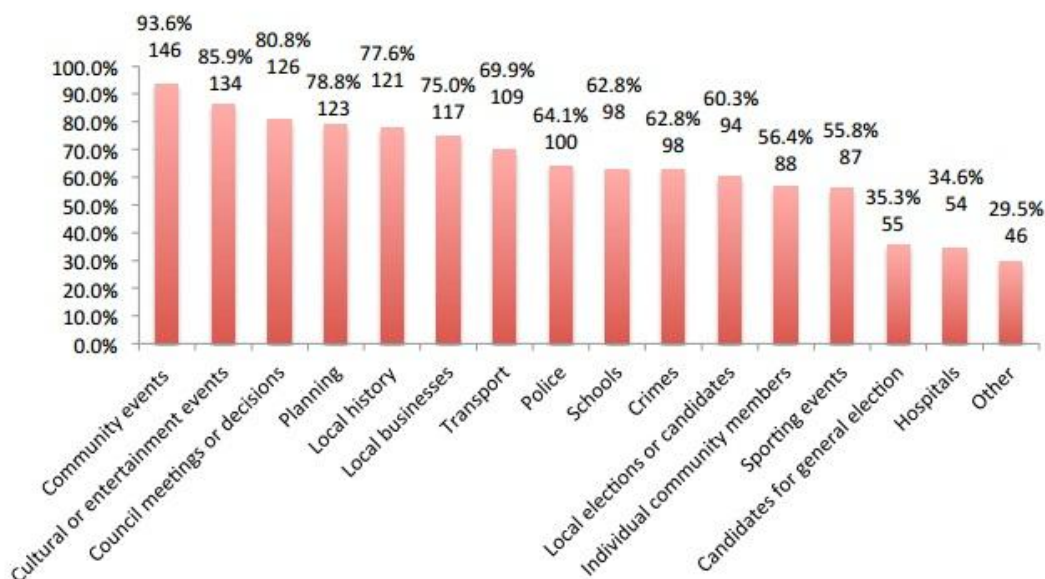
A globalização implica um movimento de distanciamento da ideia sociológica clássica da "sociedade" como um sistema bem delimitado e sua substituição por uma perspectiva que se concentra na forma como a vida social está ordenada ao longo do tempo e do espaço (HALL, 2006, p.18)

A cidadania passa a ganhar um destaque nessa premissa, com a possibilidade um cidadão mais ativo na busca de afirmar sua identidade, seus laços e encontrar uma pauta comum para discussão, fazendo com que assuntos com determinada proximidade delimitados na esfera privada passem a ser considerados, aglutinados e discutidos para depois serem ecoados ao espaço público na busca de resultados comuns.

Nesse ponto, o hiperlocal faz com que fiquem claras as ideias de que uma cultura globalizada não são suficientes para extinguir possibilidades de identificações mais localizadas e potenciais para a geração de interação entre a sociedade civil envolvida. Nessa perspectiva, a cidade, espaço onde pulsam os elementos hiperlocais, é percebida “como um palco onde se desenvolve a relação social, a vida social e, mais ainda, um forma que permeia a configuração social e dela participa” (LEMOS, 2011, p. 19). A internet, com todo o seu aparato tecnológico, faz com que o hiperlocal tenha um potencial de incentivar, reconhecer e impulsionar elementos da cultura, da comunicação e da política. Assim como as cidades, esses espaços hiperlocais apresentam um potencial de fortalecimento da cultura, de mobilização da sociedade e amplificam as alternativas de participação.

De acordo com a pesquisa do Reino Unido³², “a cobertura de assuntos políticos locais é preponderante e a maioria dos sítios produz campanhas e reportagens investigativas, como aponta a figura 12. Quase três quartos dos entrevistados já cobriram campanhas locais e mais de um terço já instigou uma campanha própria, normalmente sobre cortes em serviços públicos, contabilidade governamental ou planejamento municipal”.

³² WILLIAMS, A. The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners. 2014. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

Figura 12: Principais conteúdos produzidos

Fonte: WILLIAMS, A. The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners. 2014. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

Em aproximação da comunicação local ao de arena pública, pode se apontar o esforço da criação de uma arena pública e formação de uma opinião pública capaz de influenciar os processos de decisões em uma sociedade. No caso da comunicação hiperlocal, essa acaba tendo por função primordial expor as características, problemas e demandas de determinada comunidade, fomentando o debate e intensificando a publicização dos mesmos.

Embora o jornalismo feito para e com o auxílio dos recursos da internet exista há quase duas décadas, ainda não há uma unanimidade sobre a nomenclatura para melhor definir esse suporte jornalístico. Assim, a terminologia varia de jornalismo online, a jornalismo digital, jornalismo eletrônico, passando por webjornalismo, até chegar ao ciberjornalismo. Esse, por sua vez, desde o seu surgimento, tem passado por modificações e adaptações. A chamada primeira fase do jornalismo digital teve por característica principal a reprodução ou transposição de conteúdos (BARBOSA, 2002), sendo limitado à mudança integral do conteúdo, na maioria do impresso, para o suporte digital de forma simplório, de forma sequencial e com recursos imagéticos escassos. Essas características eram reforçadas devido ao *gap* tecnológico da época de seu surgimento. Já a segunda fase é marcada pela introdução dos hipertextos e o uso acentos de recursos audiovisuais, sendo considerado (BARBOSA, 2002), como a fase da percepção em que teve inicia a preocupação dos grandes meios de

oferecer ao leitor um conteúdo que fosse diferenciado daquele que oferecia em outro suporte. A terceira fase foi marcada pela introdução de elementos multimídia, com a oferta de recursos de animação, som e interatividade por meio de fóruns, enquetes, wikis e chats (BARBOSA, 2002). O hipertexto deixa de ser utilizado apenas como elemento organizador do textual e passa a ser considerado de importância para a narrativa. O quarto estágio, associado à web 2.0, é marcado pelas práticas do jornalismo colaborativo, fortemente marcado pela participação ativa de um cidadão ou de um grupo “no processo de busca, análise, produção e disseminação de notícias e informações” (GILLMOR, 2004, p. 12).

Por fim, diante de algumas mudanças implantadas diante da mobilidade, convergência, redes sociais, e mesmo o hiperlocal, pode se apontar a quinta fase do jornalismo digital. (BARBOSA, 2013). O cenário é de inovação e mudança nos processos de produção do conteúdo, do próprio formato adotado, na linguagem, edição, publicação e mesmo da recepção. Assim, o jornalismo hiperlocal é inerente a esse contexto, o qual vem suprir as expectativas daqueles que buscam por conteúdos informativos específicos, indo além do ponto de localidade. Assim, “mais do que referentes a uma determinada localidade, as notícias na Internet tendem a ser específicas: sobre uma comunidade, um bairro, uma rua ou até mesmo um quarteirão específico” (ZAGO, 2009, p.1).

CAPÍTULO 3: HIPERLOCAL EM FOCO

O capítulo, mediante as análises e revisões de literatura realizadas anteriormente, apresenta uma mídia online com características hiperlocais e sistematiza a aproximação como uma possível arena pública de forma que tal mídia possa interferir no espaço e na opinião pública onde atua. Entendendo que “a Esfera Pública política precisa de recursos fornecidos pelos cidadãos que dão voz aos problemas da sociedade e que respondem às questões articuladas pelo discurso da elite” (HABERMAS, 1984), bem como a noção da mídia hiperlocal cidadã como um espaço para a consolidação de uma microesfera Pública no debate democrático, a pesquisa tem por corpus o blogue *Mafuá do PHA*, de Bauru, interior do Estado de São Paulo. Como já apontado, essa parte da pesquisa será baseada no estudo de caso descritivo, por optar explorar, descrever e explicar um fenômeno atual em seu contexto a partir de uma fonte de análise considerando o fenômeno em um contexto de construção social.

Nessa perspectiva, este capítulo será dividido em duas partes. A primeira será destinada à apresentação do blogue, suas características principais e objetivos, bem como sua inserção na mídia bauruense e sua possível interferência na opinião pública local. Para tanto, essa primeira parte terá como ponto de partida uma entrevista semiestruturada realizada com o autor, o jornalista-historiador Henrique Perazzi de Aquino³³. A segunda parte do capítulo será destinada para a análise exploratória quantitativa e qualitativa dos dados obtidos por meio de uma pesquisa aplicada entre os usuários do blogue. Esses dados coletados e sumarizados nesta etapa da pesquisa serão submetidos à interpretação do pesquisador com base na primeira etapa de pesquisa exploratória documental com o intuito de contribuir para a compreensão de que determinadas mídias podem ser consideradas arenas públicas em sua determinada zona de interferência.

³³ A entrevista completa está disponível no apêndice da pesquisa

4.1 Por dentro do Mafuá

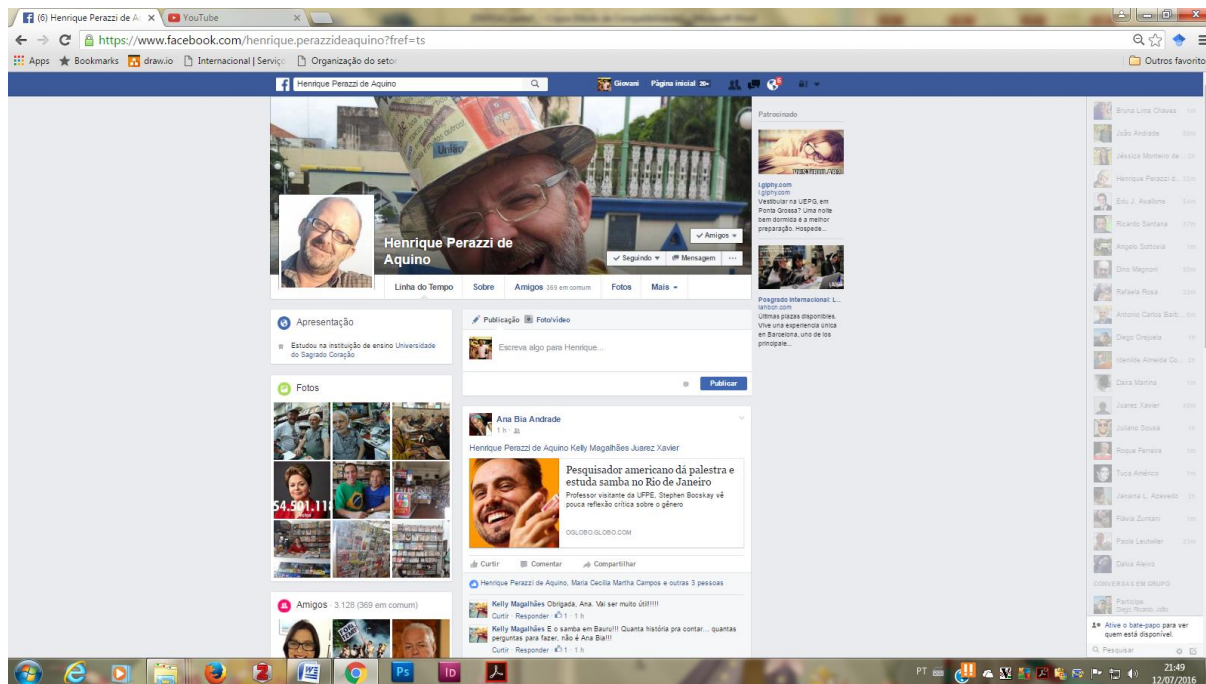
A escolha pelo blogue deveu-se em primeiro lugar ao interesse pelo uso da ferramenta como um meio de comunicação para a propagação de conteúdos de nível local. Bauru destaca-se por iniciativas privadas de comunicação em rádio, televisão e jornais e com raros casos de mídia independente ou com características cidadãs.

Com esse caso, pretendeu-se sugerir relações entre as características dos diferentes modelos de comunicação de massa (e das estruturas nacionais nas quais estão inseridos) com a constituição de microesferas públicas mais firmemente apoiadas em práticas democráticas, cidadãs e plurais; analisar e identificar os meios hiperlocais cidadãos como possíveis microesferas públicas e avaliar em que medida os meios hiperlocais favorecem o incremento da participação de diferentes atores e grupos sociais. Sobre a origem do *mafuá*, Henrique destaca que o mantém com a intenção de escrever sobre as histórias da cidade sob um recorte histórico e também jornalístico.

Na ânsia de escrever e ciente de quem nem tudo pode ser publicado pela aí [sic], criei o mafuá. Nesses anos todos acredito ter conquistado algo de bom, ajudei muitos e a maior alegria que tenho é quando cruzo com alguém e esse me diz: Te sigo (AQUINO, 2016)³⁴

³⁴ Entrevista concedida a este autor no dia 18 de maio de 2016. Ver Apêndice A

Figura 13 Perfil de HPA no facebook



4.1.1 Estrutura do Mafuá

Em termos de layout, considerando a estrutura e a organização da informação, o formato da página inicial do Mafuá do HPA é simples, com o uso de poucos recursos que não sejam o textual e a utilização de imagens, com um layout gratuito do *Blogger*, serviço gratuito oferecido pelo Google com ferramentas de edição e gerenciamento de blogs, sem nenhum tipo de alteração e inserção de outros elementos que hoje já são disponibilizados para personalizar a estrutura do blogue. Quando indagado sobre o porquê da simplicidade do blogue, o autor revela que a mantém por opção e também por desconhecer as possibilidades da plataforma escolhida, e ressalta que para ele o *Mafuá* não terá objetivos comerciais e manterá as suas características de simplicidade como elemento de aproximação com os seus leitores.

Nunca imaginei ganhar grana com o que faço e nem acho que alguém iria investir no modelo que prático[sic], com cutucões a torto e a direito. Perceba que mantenho a mesma página de abertura desde o começo e não mudei por não saber como alterar. Podia até mudar, mas se está bom assim, penso sempre duas vezes e tudo continua como dantes. A simplicidade é o que me move. Não sou um cara de salamaleques e rococós. Blog para mim

é isso, pelo menos o meu eu quero que ele tenha a minha cara e acredito que o mafuá[sic] tenha. (AQUINO, 2016)³⁵

Com isso, o autor afirma que em sua visão a liberdade editorial está distante de interesses comerciais. Sendo assim, ele acredita que a monetização do conteúdo, aqui no sentido de venda de espaço publicitário, afetaria a produção do blogue no ponto de significar interferência e extinção na personalidade até então adquirida.

Mesmo refutando quaisquer tipos de mudança, o autor não deixa de considerar possíveis modificações, desde que haja um auxílio externo com a ferramenta e para eventuais sugestões de mudanças:

Muitos me chamam na rua de “Mafuá” e não vejo demérito nisso. Para mim é até uma forma legal de reconhecimento. Não sei até quando vai perdurar esse modelo de blog livres e com custo livre na internet. Vou tocando o barco ao meu modo e jeito, sem grandes compromissos. [...] E assim, toco o barco, piso no acelerador e a coisa continua, sem grandes arroubos e quase nada de modernidade. Prometo que um dia aprendo algo novo e incremento o blog, mas me falta tempo, pois minha vida é bater escanteio e correr para fazer gol. (AQUINO, 2016)³⁶

Logo na página inicial, as informações são disponibilizadas de maneira simples, sendo divididas em duas colunas básicas. Na da direita, é possível ter acesso aos perfis dos usuários dos recursos do Google que optaram por seguir o blogue, em um total de 242 seguidores³⁷, com todo o histórico disponibilizado logo abaixo.

³⁵ Entrevista concedida a este autor no dia 18 de maio de 2016. Ver Apêndice A

³⁶ Entrevista concedida a este autor no dia 18 de maio de 2016. Ver Apêndice A

³⁷ Informação atualizada em 22 de abril de 2016

Figura 14 Alguns dos seguidores do Mafuá do HPA pelo Google Friend Connect

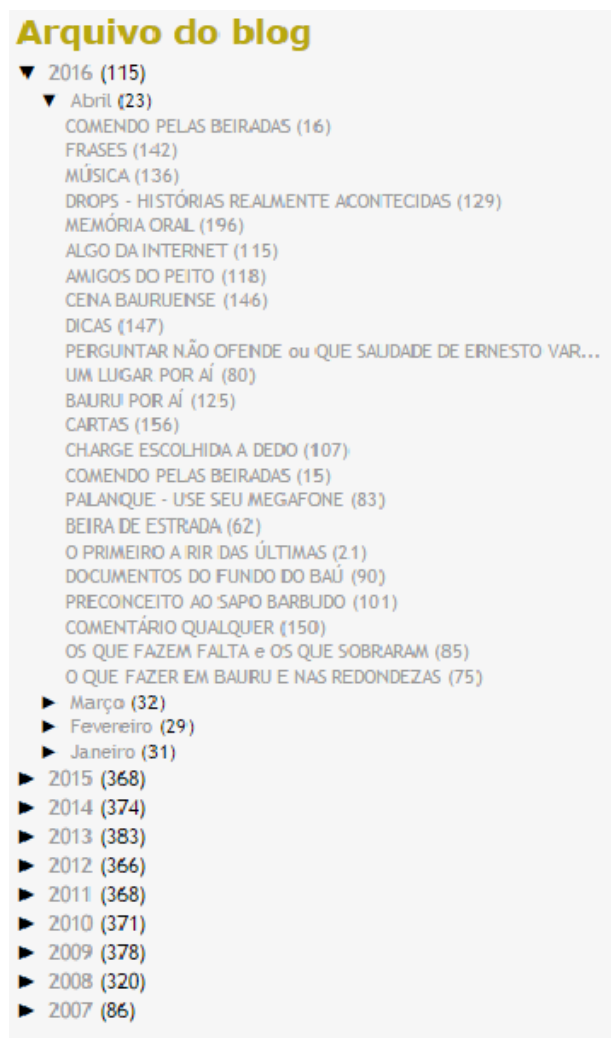


Reprodução do blogue Mafuá do HPA

Em um único local, é possível ter acesso a toda a memória do blogue desde setembro de 2007, em um total de 3128 postagens³⁸ divididas por assuntos, organizadas em meses do ano e agrupadas em seus respectivos anos. Os posts estão visíveis por ordem de atualização, isto é, seguem a ordem decrescente de publicação com os conteúdos mais recentes sendo listados no topo. Esta é uma forma de organização básica adotada por blogues mais simples que buscam conceder ao visitante da página um acesso mais rápido à informação postada.

³⁸ Informação atualizada em 22 de abril de 2016

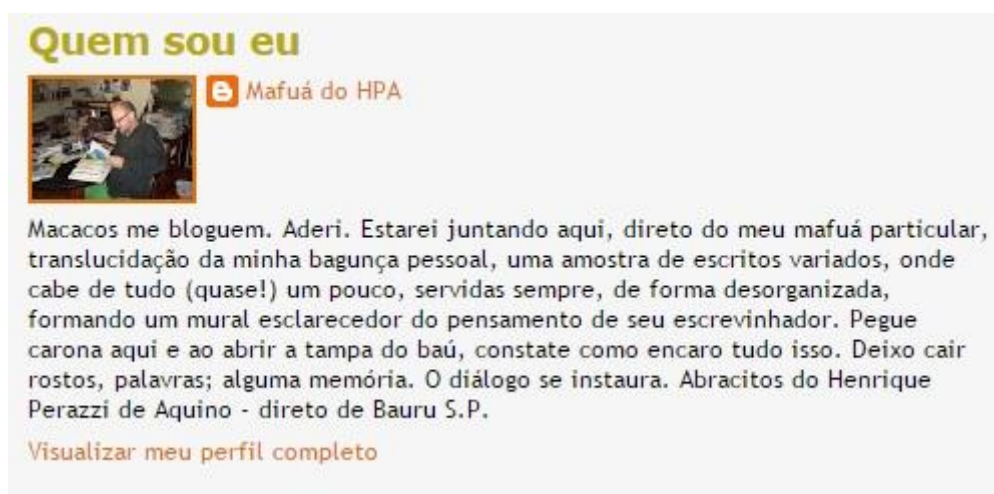
Figura 15 Lista do histórico de postagens do Mafuá do HPA



Reprodução do blogue Mafuá do HPA

Logo após o arquivo do blogue, segue-se uma apresentação do cidadão blogueiro acompanhada por uma página e da sucinta proposta da página.

Figura 16 Perfil do cidadão responsável pelo Mafuá do HPA



Reprodução do blogue Mafuá do HPA

Já na coluna da direita, ficam disponibilizadas as postagens para a leitura na íntegra, em um total de sete. Todas as postagens do Mafuá também são disponibilizadas em sua totalidade no perfil pessoal do blogueiro cidadão responsável na rede social Facebook³⁹

³⁹ Página pessoal do blogueiro Henrique Perazzi de Aquino - www.facebook.com/henrique.perazzideaquino

Figura 17 Home do Mafuá do HPA

mafuadohpa.blogspot.com.br

Apps Bookmarks drawio Internacional | Servis Organização do seto Outros favo

Seguidores

Participar deste site

Google Friend Connect

Membros (242)

Já é um membro? [Fazer login](#)

Arquivo do blog

▼ 2016 (115)

- ▼ Abril (23)
 - COMENDO PELAS BEIRADAS (16)
 - FRASES (142)
 - MÚSICA (136)
 - DROPS - HISTÓRIAS REALMENTE ACONTECIDAS (129)
 - MEMÓRIA ORAL (198)
 - ALGO DA INTERNET (115)
 - AMIGOS DO PEITO (118)
 - CENA BAURUIENSE (146)
 - DICA (147)
 - PERGUNTAR NÃO OFENDE ou QUE SAUDADE DE ERNESTO VAR...
 - UM LUGAR POR AÍ (80)

sábado, 23 de abril de 2016

COMENDO PELAS BEIRADAS (16)

NOROESTINOS ILUSTRES – SOMOS MUITO MAIS QUE MIL MORREU O EX PRESIDENTE , ALGO DO SEU TEMPO E TAMBÉM DA PAINELA DE PRESSÃO

Impossível não escrever nada sobre ele, o ex-presidente noroestino e dono da Kalunga, DAMIÃO GARCIA no dia de hoje, um dia após seu falecimento. Sou como a maioria dos torcedores, muito grato por tudo o que fez e por outro lado, com muitos senões sobre sua passagem pelo Noroeste. Vivenciei intensamente aqueles anos quando foi presidente indo muito ao estádio. Muita grana rolou pelos lados de Alfredo de Castilho e ele chegou a montar uma estrutura de time grande. Existiam muitos departamentos e para cada um, uma pessoa dita especializada. Hoje sabemos que muitos mamaram nas tetas do Damião, foi uma época nababesca, onde muitos de aproveitaram daquilo tudo. Paralelo ao Noroeste, inesquecíveis os momentos dos estereos da rádio 710 AM, quando ele bancou seu retorno e com uma programação das mais interessantes. Tivemos até o José Esmeraldi e os últimos momentos do Samba e Bola, revivendo o saudoso Galvão de Moura. Outro grande por lá, o Carlutti. Damião me faz lembrar de Celso Zinsly, um com passagem meteórica pelo clube, o último que moreu em campo em dia de jogo e daqueles que, se vivo, talvez outra linha de pensamento e ação pelos lados do vermelhinho e de sua atuação nesses anos todos em que definimos após o afastamento do velho marujo Damião.

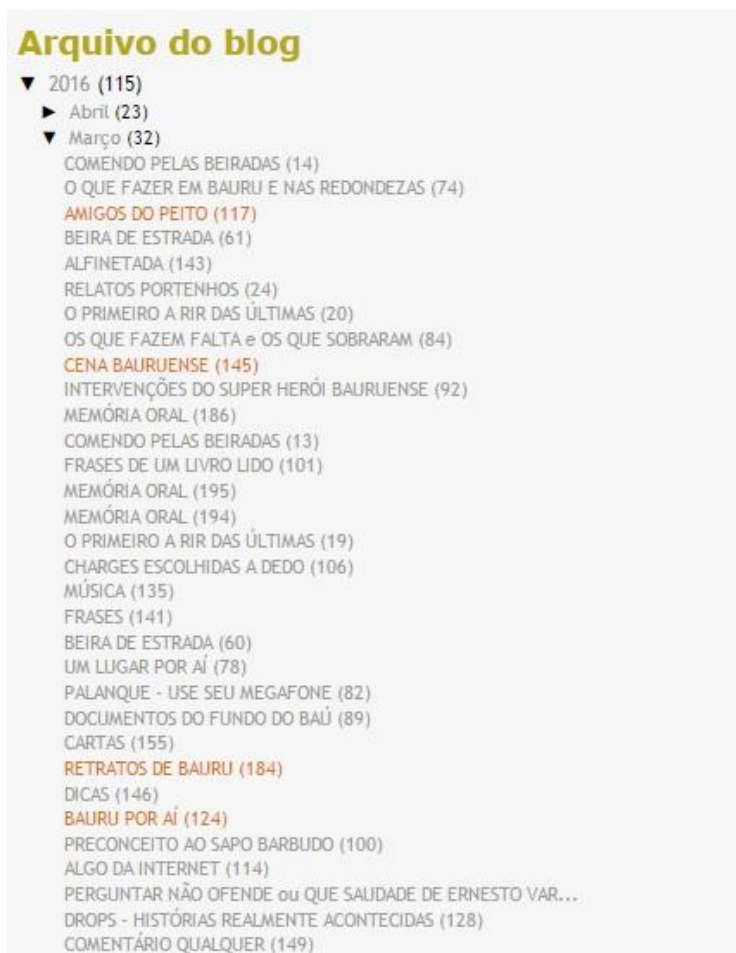
Não posso dizer não ter sido daqueles que pegou no pé de Damião, talvez pelo seu centralismo e por não ter possibilitado nada de positivo na sua linha sucessória. Quando adoeceu e passou a bola para seus filhos e outros parentes, a coisa rapidamente definiu e bateram asas. Noroestino mesmo era ele, não os demais. Entendo e entendo que, pela forma como atuou no Noroeste, era uma espécie de "dono" do time, mandava prender e soltar, dono da grana. Foi um mecenas do bem, nós os torcedores fomos felizes em muitas circunstâncias e tristes em outras. Quero ficar só com as alegrias, pois de tristeza, temos outros tantos momentos e não só os com ele no comando. Lembro certa vez o ex-craque de bola e então comentarista na TV Band, o Neto, sobre a situação familiar do Noroeste na 4ª Divisão Paulista, sem o Damião e sem seira nem beira. Disse mais ou menos isso: "Não tenho do menininho do Noroeste, pois o que os seus torcedores fizeram com Damião, merecem mesmo hoje estar na situação em que se encontram".

Hoje pelo facebook vejo logo cedo o posicionamento de Vitor Hugo Siqueira, o Vitão, primeiro como inesquecível zagueiro e hoje, tantas vezes o técnico que nos salva de mais e mais vexames, escrevendo sobre uma passagem de Damião não cumprindo a palavra empenhada e ele. No futebol, isso parece sina, praxe e a coisa vai ficando por isso mesmo. Um dia a lembrança vem à tona, como Vitão, mesmo no dia de hoje, fez questão de entre as boas lembranças, também não deixar essa passar em branco. Muitas lembranças da era Damião são da última passagem do Noroeste pela 1ª Divisão paulista e de jogadores que, depois se tornariam famosos pela estrada da bola.

Reprodução do blogue Mafuá do HPA

Mesmo que não haja uma divisão dos conteúdos por categorias ou mesmo editorias, o blogueiro cidadão acaba por criar espaços com ideias de postagens semelhantes, tais como “Memória Oral” (postagens utilizadas para contar passagens históricas da cidade); “Lado B de Bauru” (espaço destinada para focar personagens e fatos que não figuram na chamada mídia massiva de Bauru), “Personagens sem carimbo” (foco em anônimos das comunidades da cidade e suas histórias de vida), “Bauru Por aí” (relatos sobre fatos pontuais da cidade), entre outras.

Figura 18 Divisão em editorias do Mafuá do HPA



Reprodução do blogue Mafuá do HPA

A produção inédita dos conteúdos não segue os critérios jornalísticos, sendo o fluxo definido a partir de critérios subjetivos do próprio autor, sendo preferidos os “assuntos mais simples” e com uma ótica que destoa dos demais meios de comunicação da cidade, essencialmente pelo fato de destacar temas e figuras que não ganham a pauta desse:

Tudo vai pela quantas anda minha cabeça naquele determinado dia. Gosto muito de cutucar poderosos, os tais donos do poder, os mandarins dessa cidade e fazer isso não tem preço, ou seja, pago um preço. Já fui processado duas vezes e tudo por algo escrito aqui [no blogue], mas em ambas me saí bem. Eu, assim como todos, tenho um lado e dele não me afasto. Meus assuntos são na defesa desse lado, o que considero correto. Meus temas são versando sobre isso, sobre o mundinho daqui, mas com uma conotação mais global. O cara lê do cara daqui, mas percebe que foi sacado para algo muito maior. E os temas vão pintando de acordo com o

dia a dia. Privilegio temas mais simples e adoro escrever das pessoas ditas do Lado B daqui e do mundo. (AQUINO, 2016)⁴⁰

Embora as notícias sejam elencadas em um blogue, são raros os textos que utilizam de vários recursos multimídias, destacando-se a utilização de fotografias. O próprio autor também argumenta que a maior dificuldade está no domínio dessas ferramentas.

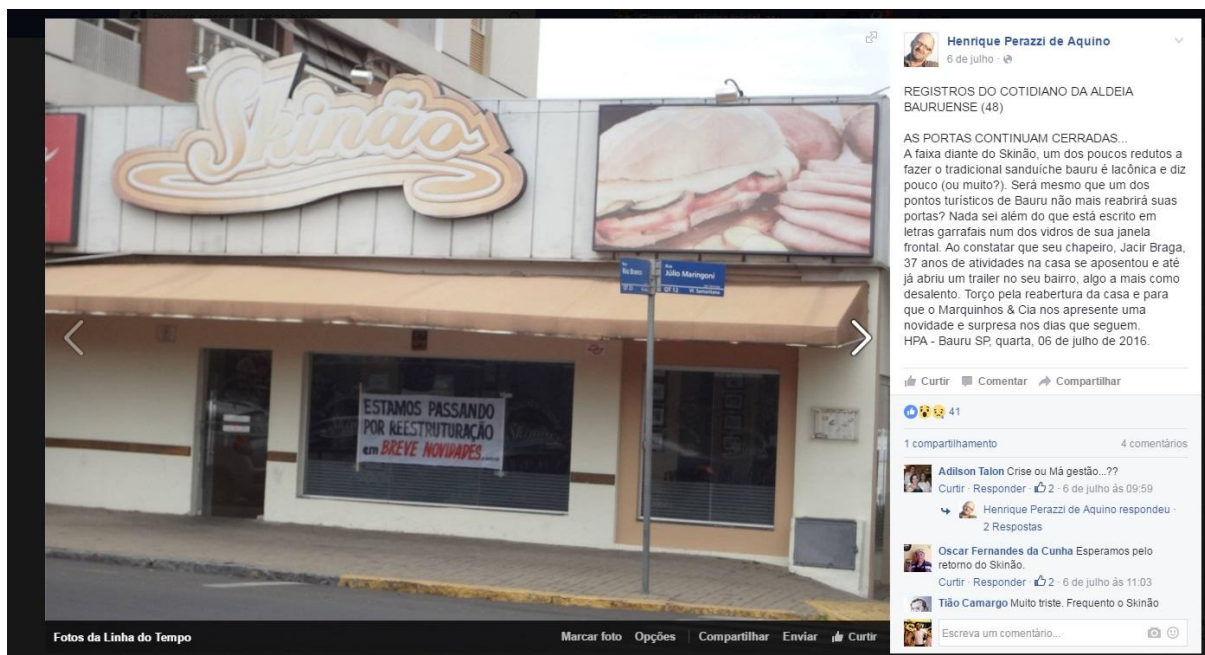
Vou utilizando o que tenho nas mãos no momento. Nunca fui um bom desbravador de tecnologia internética, apanho muito, mas me aproprio do que consigo alcançar. Se leio algo interessante ali e acho que posso aproveitar, publico e dou meu pitaco final, uma apimentada a mais. Sou um dos únicos que até hoje continua permitindo a publicação de comentários anônimos.

O *Mafuá* não possui uma página específica nas redes sociais, mas boa parte do conteúdo é divulgado diretamente no perfil do *Facebook* do autor. Segundo ele, mesmo que de forma desorganizada, esse tem sido o principal canal de retorno e de contato com os leitores dos assuntos publicizados.

Recebo muita provocação, ofensas e até ameaças, mas ainda vale a pena, pois junto vem muita denúncia de gente que para escrever não pode se identificar. E de vez em quando perco também a boa com os inconsequentes, mas tento levar tudo numa boa. A rede é algo para ser utilizado em conjunto, eu gileiteio algo daqui, outros colam algo meu e vida que segue. Faço muito isso, mas cito sempre a fonte.

⁴⁰ Entrevista concedida a este autor no dia 18 de maio de 2016. Ver Apêndice A

Figura 19 Exemplo de post publicado no perfil de HPA



Reprodução do perfil pessoal de Henrique Perazzi de Aquino no facebook

4.1.2 Publicização de assuntos para efeitos coletivos

Para se reforçar como uma arena pública, o jornalismo hiperlocal produzido nas mídias locativas deve, em sua essência, ampliar as dimensões daquilo que é reportado a partir de um recorte local e possibilitar um amplo debate e possíveis dinâmicas que resultem na mobilização da opinião pública. Um caso recente do Mafuá do HPA está inserido neste contexto. No ano de 2015, em meados do mês de fevereiro, a Prefeitura de Bauru iniciou uma nova reforma na principal e mais antiga praça pública da cidade localizada na área central, a Praça Rui Barbosa. De um montante de mais de R\$ 500 mil, as obras foram realizadas pela Secretaria de Obras com parte dos recursos subsidiados pelo Governo Federal com previsão de entrega em quatro meses. O blogue do Mafuá do HPA acompanhou mês a mês as atividades que iam acontecendo na área central no entorno da praça, sempre apontando em seus textos uma visão opinativa autoral e que contemplasse a perspectiva daqueles que de alguma forma conviviam com a obra

Depois de cumprido o prazo inicial de entrega, a empresa responsável solicitou um aditivo e a entrega se prorrogou por mais quatro meses, com o custo total sendo elevado para mais de R\$ 650 mil.


Após o término das obras e a retirada dos tapumes, o público, enfim, pode ver como ficou o espaço público com a revitalização. No entanto, de acordo com relatos de populares ao Mafuá do HPA, as mudanças foram poucas, nada muito visível, e a praça continuava a mesma de antes, porém com pintura nova, pastilhas recolocadas e outros reparos de pequeno porte que não justificavam o tempo todo e o valor anunciado pela reforma. O jornalista responsável pelo Mafuá do HPA relatou as observações dos populares em uma reportagem que denominou de “Alfinetada – Quantos mil gastaram e o que mudou nela? Está tudo igual...” (disponível em mafuadohpa.blogspot.com.br/2015/11/comendo-pelas-beiradas-08.html). Essa reportagem também foi postada no perfil pessoal do jornalista e foi objeto de grande repercussão.

Figura 20 Reportagem Mafuá do HPA e a influência da opinião pública

quinta-feira, 26 de novembro de 2015

COMENDO PELAS BEIRADAS (08)

“QUANTOS MIL GASTARAM E O QUE MUDOU NELA? ESTÁ TUDO IGUAL...”



Essa foi a frase que ouvi da boca de muitos que circulavam pela praça Rui Barbosa, quando hoje pela manhã os funcionários da Prefeitura Municipal retiravam os tapumes e a devolviam para utilização da comunidade. Ufa! A praça é novamente do povo e para o povo, mas... Esse mas é por minha conta e risco. Estava passando por ali hoje justamente no momento em que eram descerradas as tais placas e diante do que ouvia, principalmente por gente acostumada muito mais que eu e com conhecimento de causa para criticar: ambulantes, aposentados, comerciantes e tudo o mais que existe ao redor e no interior de uma praça central, ou seja, o povo. Pelo que deu para sentir, pelo tempo gasto na reforma, pelo alto investimento e pelo alarde do que seria feito, o entregue não deve ter correspondido às expectativas gerais. Querendo entender isso tudo produzo esse texto.

Comento o que vi feito. O coreto todo remodelado, lindo, impecável (foi onde mais detive minha atenção). A área do chafariz idem. Uma linha de azulejos de piso cortando a praça de fora para dentro, desde a igreja até a rua Primeiro de Agosto, como se fosse um tapete, algo novo, bonito. E margeando a igreja, desde a rua Gustavo Maciel até a Antonio Alves, uma linha demarcatória como piso (estreita, tamanho de um lajota) próprio para guiar cegos. E, por fim, os banheiros, pelo visto ainda não totalmente concluídos, mas gradeados (não entrei no seu interior e isso nem era possível naquele momento). Claro, junto a isso um serviço de jardinagem em algumas partes, não no todo. E os últimos retoques, de devem ser dados a seguir antes da entrega definitiva. Foi isso. Agora, deixo como perguntas, como dúvidas a serem respondidas por quem de direito um algo mais:



- 1 – Quanto foi gasto no todo para a tal remodelação da praça?
- 2 – Houveram aditivos pagos para empresa executora da obra?
- 3- Quando a mesma foi fechada e daí a computação de quanto tempo permaneceu fechada?
- 4 – Somando o valor investido e o que foi apresentado como resultado, existe de fato o entendimento de que o todo foi um bom investimento?
- 5 – Para o que foi feito seria de fato necessário todo esse tempo?
- 6 - Teremos evento de reinauguração ou a entrega será simplesmente feita com o acesso do povo e nada mais?

Deixo isso como porta de entrada para um ampliado e necessário debate, afinal, estamos falando de dinheiro público. Na verdade, ouvi o início de uma espécie de lamúria no local e o repasso da mesma forma, ou seja, repassado como título dessa peça reclamatória e com pedidos de explicação. Percebam que não teço críticas com elevação de voz, nem contendo nada, somente questiono, pergunto e busco maiores informações, para só assim emitir uma opinião mais abalizada. Vejo sim, a princípio, um tempo prolongado demais para obra considerada de pequena monta. No mais, peço a tudo, todas e todos que confirmem como o fiz e ampliemos a discussão. Publico todas as dezessete fotos que ali tirei, relatando também que naquele momento, um grupo de funcionários da operadora telefônica Vivo estavam se preparando para descer o calçadão e ali se concentravam, sendo esses o primeiro grupo de pessoas a efetivamente ocuparem o novo espaço. Nada mais.



Reprodução do blogue Mafuá do HPA

A reportagem pautou os principais meios de comunicação da cidade, sendo estampadas as insatisfações dos populares nos jornais, emissoras de rádio e televisão. O

principal jornal de Bauru, o Jornal da Cidade, estampou dias depois uma reportagem de página completa com a pauta (com reprodução em seu site www.jcnet.com.br) e reforçando a cobrança de explicações do poder público.

Figura 21 Reportagem do Jornal da Cidade de Bauru, versão impressa

4 • BAURU, domingo, 6 de dezembro de 2015 Jornal da Cidade

GERAL

Povo procura R\$ 654 mil gastos na praça

Bauruenses reclamam da qualidade de serviços na Rui Barbosa e questionam instalações ruins; contrato consumiu R\$ 235 mil só com itens elétricos

NELSON GONÇALVES

R\$ 56 mil

É o que foi gasto até com projetores subaquáticos para iluminar a área do chafariz.

Em uma conta das despesas principais: a precariedade dos materiais e das instalações elétricas.

É aqui começa, a princípio, a maior dificuldade pelo usuário na identificação de onde foram gastos os R\$ 654 mil. Antes dos apartamentos, um parâmetro: o total não inclui despesas com materiais e serviços realizados diretamente por servidores da Secretaria de Obras e Serviços. Do contrato original, foi identificado ao longo da execução a falta de serviços hidráulicos e necessidade de fechar o canote de obra até o final, para evitar a "água de vidalão" e para que o espaço público tivesse abrigos de usuários de drogas e "caminhões", aponta o secretário Sidney Rodrigues.

De acordo com o aditivo, o contrato original passou de R\$ 566 mil para R\$ 654 mil, através de um aditivo (excussão de serviços e materiais). Só de lapidar a Prefeitura gastou mais R\$ 30 mil. Foi previsto apenas 100 metros de material no início. Outros 800 m² foram adquiridos para resolver o problema.

Na hora de montar os acionamentos (hidrômetro), a administração municipal percebeu que diversos serviços não estavam contemplados. E lá vieram mais R\$ 87,6 mil para que a praça contasse com hidrômetros, rampas, manguinhos e a tal placa de obra (gramado). A qualidade dos materiais utilizados (metal e madeira) não ajudou.

Os itens elétricos é o que impõe maior dificuldade na checagem do olho no site. São cabos e dutos, mas parte contratada após a remoção do piso em resaca. O contrato em engenharia da Secretaria de Obras e Serviços, a praça era um projeto a céu aberto. "Cabos estavam expostos, ao ar livre. Foi onde não aceitamos nenhuma greve com precariedade das instalações elétricas. Na reforma foi necessário trancar tudo e acrescentar itens. É um serviço que encasou o projeto", avalia o engenheiro Jorge Okuma, fiscal da obra. Do ponto de vista da execução dos serviços contratados, o secretário municipal de Obras, Sidney Rodrigues, é enfático: "A população tem muito que reclamar de serviços ruins que nós estamos pedindo que sejam refeitos e de pontos que não foram concluídos. Mas o que foi contratado foi executado, item a item no obra. A dimensão da praça, de 9.992 metros quadrados, gera uma iluminação com o resultado".

Entretanto, um projeto, a equipe da Sephas explica que o orçamento e a licitação levaram em conta preço por unidade de serviço e material. Os equipamentos apontam que a tabela do Sistema Nacional de Preços (Sisnap), adotado de forma regulamentada pelo governo federal. A Caixa, intermediária na fiscalização do contrato, exige o uso da tabela Sisnap, que é federal, para todos os contratos em contratos firmados com o governo federal. A tabela é atualizada e identifica cada um dos itens e preços. Os eventuais que não estavam na tabela são cobrados em três empresas do setor para compor a média", concluiu Rodrigues.

Projetores e neon custaram R\$ 60 mil

Entre os dispendiosos da praça Rui Barbosa há projetos divergentes a respeito dos itens cobrados na reforma. Para o termo do termo, ponto de contato, o Prefeito gastou muito dinheiro e o resultado final não aparece. Para tanto, do ponto de vista da Prefeitura, a reforma eliminou porque não teve despendidos e pontos de ferro, mas ficou em outros itens. Só os projetos e um trecho em neon custaram mais de R\$ 60 mil.

O aposentado José Pereira questiona o uso de neon. Ele acha caro o item e ficou assustado quando soube do valor dos projetos subaquáticos. A praça recebeu 77 unidades. Cada um custa R\$ 727,45. "Nessa cidade, o Prefeito tem problema de dinheiro, e gastam todo isso para iluminar o chafariz. E esse neon no ano? É foto, bem feio. Quem escolheu isso?", pergunta.

Porém, o comerciante Arlindo Oliveira "descansa" no uso de neon no local de destino aos banhos. "Custamos todo isso e entregamos sem o assento em madeira dos bancos", indaga. A administração informa que parte dos assentos tem a montagem concluída pela Prefeitura. As bases em concreto foram entregues pela contratada.

Para o arquiteto João Elias, o valor chama a atenção. "É muito pouco coisa feita para um gasto de mais de R\$ 600 mil. O piso contrasta com um monte de dimensão e não foi instalado quase nada. O parapeito aqui teve muita coisa cobrada pela própria Prefeitura", reclama. A Secretaria de Obras confirma que alguns itens vieram da administração. "Temos todo o memorial descritivo identificado cada item. Alguns pontos foram incluídos na licitação, como uma área gramada e placas em cimento. Mas a Serrna contribuiu porque a área instalada é muito grande", cita o secretário Sidney Rodrigues.

A Comissão de Obras da Câmara Municipal solicitou toda a documentação, incluindo projeto, licitação, orçamento, planilhas, ordens de serviço e contrato, relativos à revitalização da Rui Barbosa.

VALORES DA REFORMA

Contrato inicial	R\$ 566.306,22
Aditivo	R\$ 87.652,25
Total	R\$ 653.958,45

Custo por tipo de serviço

Instalações elétricas	R\$ 235.884,86
Pavimentação e escadarias	R\$ 114.486,30
Piso	R\$ 111.639,59
Serviço complementar	R\$ 101.622,85 (1/)
Sanitários	R\$ 55.568,63
Administração local	R\$ 24.887,20 (1/)
Caveto	R\$ 10.199,24

Curiosidades do contrato

Foram comprados 77 projetores para a praça, cada um custa R\$ 727,45

A praça tem área de 9.992 m²

Foram trocados 1.300 m² de pedra portuguesa

A praça tem 5.000 m² de pedra portuguesa

Foram gastos R\$ 56 mil com projetores do chafariz

Foram pagos R\$ 30 mil com lapizares

Falta pagar R\$ 147.354,81 da obra

O contrato inicial não tinha instalação hidráulica

O orçamento é da Tabela Sisap, exigida pelo Caixa

O BDI (margin sobre material) da obra foi de 23%

O custo total não inclui gastos de serviços da Serrma e Obras

Cabo enterrado

Os itens elétricos é o que impõe maior dificuldade na checagem do olho no site. São cabos e dutos, mas parte contratada após a remoção do piso em resaca. O contrato em engenharia da Secretaria de Obras e Serviços, a praça era um projeto a céu aberto. "Cabos estavam expostos, ao ar livre. Foi onde não aceitamos nenhuma greve com precariedade das instalações elétricas. Na reforma foi necessário trancar tudo e acrescentar itens. É um serviço que encasou o projeto", avalia o engenheiro Jorge Okuma, fiscal da obra. Do ponto de vista da execução dos serviços contratados, o secretário municipal de Obras, Sidney Rodrigues, é enfático: "A população tem muito que reclamar de serviços ruins que nós estamos pedindo que sejam refeitos e de pontos que não foram concluídos. Mas o que foi contratado foi executado, item a item no obra. A dimensão da praça, de 9.992 metros quadrados, gera uma iluminação com o resultado".

Entretanto, um projeto, a equipe da Sephas explica que o orçamento e a licitação levaram em conta preço por unidade de serviço e material. Os equipamentos apontam que a tabela do Sistema Nacional de Preços (Sisnap), adotado de forma regulamentada pelo governo federal. A Caixa, intermediária na fiscalização do contrato, exige o uso da tabela Sisap, que é federal, para todos os contratos em contratos firmados com o governo federal. A tabela é atualizada e identifica cada um dos itens e preços. Os eventuais que não estavam na tabela são cobrados em três empresas do setor para compor a média", concluiu Rodrigues.

Usuários questionam a oportunidade de gastos, como a iluminação do chafariz, em detrimento do piso de toda praça

Reprodução do blogue Mafuá do HPA

A partir das reportagens, a Comissão de Obras da Câmara Municipal solicitou a documentação, incluindo projeto, licitação, orçamentos, planilhas, ordens de serviço e

contrato, relativa à revitalização da Rui Barbosa. O assunto foi destaque nos discursos dos vereadores da cidade e culminou com a investigação do Ministério Público.

Figura 22 Reportagem do Jornal da Cidade de Bauru II, versão impressa

Jornal da Cidade

BAURUI, quinta-feira, 21 de janeiro de 2016 • 3

POLÍTICA

MP investiga obra da Rui Barbosa

Inquérito busca apurar se houve superfaturamento da má execução dos serviços contratados pela Prefeitura de Bauru para a reforma da praça

WINKES LOUSADA

Motivo de muita polêmica desde a retirada da de ignomias que, durante meses, cercou o coração do Centro da cidade, a obra de reforma da Praça Rui Barbosa, concluída em dezembro do ano passado, motivou a abertura de inquérito civil pelo Ministério Público. A investigação será conduzida pelo promotor Fernando Maselli Hefner.

Começou a ser noticiada pelo Jornal da Cidade, nesta semana, se surpreendeu rapidamente com o resultado das investigações no local. Alguns entrevistados, como

Cleto Gonçalves Fernandes, 62 anos, apontaram que identificaram poucas mudanças por lá.

Até o prefeito Rodrigo Aguiar (PSDB) chegou a admitir não ter ficado 100% satisfeito, pois esperava uma praça mais arborizada, mas ponderou as críticas: "Deverias lembrar de que não planejamos uma praça nova, mas sim uma revitalização que mantivesse os modelos originais do espaço", declarou em entrevista publicada no dia 29 de novembro.

A época, vereadores também criticaram o delay na fided, apontando ainda que a conclusão das obras levou prazo de três meses e que o contrato ficou 15% mais caro, custando no total de R\$ 653.958,45, por conta de serviços extras incluídos em aditivo autorizado pela Secretaria de Obras.

A empresa que venceu a primeira obra na Rui Barbosa em 23 anos foi a Anelli Construtora, que providenciou a ocupação completa dos sanitários, revoque das demais arcadas na cobertura, adaptação dos sanitários para acessibilidade de pessoas deficientes com mobilidade reduzida, pintura externa dos sanitários e remodelação do piso mosaico de pedra portuguesa. Além dos serviços prestados de finais, foram incluídas nas obrigações alguns extras, como a pintura dos postes, bancos e grades do local.

FOCO

Na tentativa de localização do inquérito, Maselli Hefner justificou a apuração após denúncias de que os serviços foram realizados sem a qualidade esperada. "Ainda de forma superfaturada, sem a total conformidade que havia sido contratada com a empresa".

O promotor já determinou que sejam oficiados o prefeito Rodrigo Aguiar e a Anelli para que as partes apresentem as informações que entenderem necessárias.

A administração municipal, ele solicitou a renúncia de toda a documentação pertinente à contratação da obra.

O secretário já determinou que sejam oficiados o prefeito Rodrigo Aguiar e a Anelli para que as partes apresentem as informações que entenderem necessárias.

A administração municipal, ele solicitou a renúncia de toda a documentação pertinente à contratação da obra.



A praça no dia 29 de novembro, quando as ignomias foram retiradas de seu entorno, parâmetro da Cidadania, Maselli Hefner (no detalhe), coordenará as apurações



R\$ 653.958,45

Foi o valor investido nas intervenções realizadas na Praça Rui Barbosa

Confusão

O Secretário de Obras, Sidnei Rodrigues, afirma que, em tese, não há como ocorrer superfaturamento na obra da Praça Rui Barbosa porque todos os itens do contrato foram cotados com base na planilha de preços utilizada pela Caixa Econômica Federal (CEF), procedimento obrigatório em contratos pagos com recursos da União.

"É uma constante de que todo tipo de ganho de especulação", diz ele sobre as denúncias, de representação de autoria do cidadão Pedro Valentin. Sidnei acredita que parte da população recebeu mal o resultado das intervenções no local porque esperava "uma mega praça", que não era a proposta do projeto elaborada.

Onde foi utilizado todo o dinheiro?

Em meio à tentativa frustrada entre os burocratas após a conclusão da reforma da Rui Barbosa, o Jornal da Cidade publicou reportagem no dia 6 de dezembro tentando responder a uma pergunta que não sai da cabeça da população: Para onde foi o dinheiro empregado na obra?

O levantamento aponta que, só em instalações elétricas, foram gastos R\$ 235.984,86. No piso e nas escadarias, foram empregados R\$ 114.486,38. A recuperação de parte do piso custou R\$ 111.639,39. As intervenções aos banheiros levaram R\$ 55.508,65 e, no cinema, R\$ 10.198,24. Para serviços complementares e administração do contrato, foram destinados, respectivamente, R\$ 166.622,83 e R\$ 24.857,20.

A matéria questionou, no entanto, algumas escolhas, como o alvenário investido na iluminação do chafariz em detrimento da troca do piso de toda a praça.

"A praça tem 5 mil metros de pedra portuguesa. E isso não foi trocado. Foram postes isolados que foram feitos. E, como a área é enorme, ficaram os detalhes. Isso, associado a alguns detalhes que terão de ser feitos, gerou uma frustração", admite, na ocasião, o secretário Sidnei Rodrigues.



Reprodução do blogue Mafuá do HPA

O Mafuá do HPA, com sua característica própria de denunciar e prospectar resultados do poder público continua reportando os acontecimentos que giram em torno da polêmica obra de revitalização. Em abril de 2016, o blogue publicou nota (disponível em mafuadohpa.blogspot.com.br/2016/04/dicas-147.html) observando uma 'nova reforma', que foi denominada pelo jornalista de *recall*, meses depois da revitalização. Além de apontar as novas obras como possível consequência daquilo que havia sido questionado em postagens

anteriores, o blogue aponta novas denúncias sobre a qualidade do serviço apresentado para o *recall*.

Figura 23 Suíte jornalística do Mafuá do HPA

2.) RECALL NA PRAÇA RUI BARBOSA - MAS JÁ???
 Acontece agora, nesse exato momento, um recall na praça Rui Barbosa. Sua última reforma (sic), ocorrida meses atrás, uma ainda não engolida, nem deglutida, muito menos digerida pela população, com gastos exorbitantes, para pouca coisa apresentada, diria, mera troca de pastilhas. Pois bem, as pastilhas estão todas se soltando.

Poucos meses da entrega da praça e as pastilhas estão se soltando, vários trechos do piso onde foram fixadas com rachaduras de ponta a ponta e pelo que percebi, sem perguntar para ninguém, mas só no "urubuservômetro" que, das duas uma: ou a Prefeitura bateu o pinto na mesa e exigiu que a construtora (refizesse um recall ou trata-se de um servicinho nada rotineiro no local. O fato é que o serviço executado, pelo visto, está pra lá de meia boca. É só ir lá e confirmar o que aqui escrevo. Gente uniformizada de uma empresa prestadora de serviços faz recortes em todo piso de pastilhas, com espaçamento entre os cortes, talvez para propiciar uma dilatação não pensada quando da instalação. E porque tudo se solta com tanta facilidade? Num curto espaço de tempo o trecho da praça recoberto de pastilhas estará parecendo uma boca desdentada. Aguardem e me digam lá na frente. Servicinho de merda o que essa empreiteira executou. Com a palavra o sr Secretário de Obras e o sr Prefeito.

3.) NA ARGENTINA DE ANTEONTEM...

Reprodução do blogue Mafuá do HPA

Quando indagado sobre se considerava que o *Mafuá* tinha ação direta nos assuntos públicos da cidade, o autor desconversou, mas considerou o fato de muitos o procurarem por causa do blogue para que sejam externadas suas demandas:

Se consegui alguma coisa nesse tempo todo isso se deve por ter sempre trilhado o bom caminho, o acertado. Isso não quer dizer que não piso em falso, nem ando em erradas, pois isso é algo normal para mim, o que digo é que por escrever de tudo, me meter em cada assunto que muitos nem ousam tocar, acredito ter conseguido algo de bom. Numa porcentagem bem pequena, vejo que me respeitam e nem por causa disso me tornei um cidadão mais sério. Estou fora dos enquadramentos ditos normais, ou pelo menos assim me vejo (AQUINO, 2016)⁴¹

4.2 Em Foco Com Os Usuários

Para a segunda parte deste capítulo, optou-se por realizar uma pesquisa com os leitores do *Mafuá do HPA*. Para tanto, foi realizado um questionário público online por meio da ferramenta *Google Questionário*⁴² com nove questões elaboradas a partir das características

⁴¹ Entrevista concedida a este autor no dia 18 de maio de 2016. Ver Apêndice A

⁴² Disponível em <https://goo.gl/mjeMib>

apontadas sobre as mídias hiperlocais no Capítulo 3 e que serão apresentadas ao logo desse item. Para a aplicação dos questionários, foi realizado um post público em um grupo de discussão na rede social Facebook onde são publicizados os conteúdos do *Mafuá do HPA* por meio da atuação de seu autor. A intenção e importância da pesquisa, que poderia ser realizada de modo anônimo, foram explicadas tanto no post quanto no questionário e esperou-se duas semanas para a coleta das respostas (de 20 de junho a 01 de julho de 2016). Ao todo, foram obtidas 108 respostas de distintas localizações de Bauru, o que representa, de acordo com dados fornecidos pelo autor do blogue, um total de 15,4% da audiência semanal do blogue. De acordo com HPA, o *Mafuá do HPA* apresenta uma média de 700 leitores distintos por semana de acordo com dados gerados pela plataforma *Blogger*, o que dimensiona para, em média, 100 usuários distintos com acesso aos posts publicados. De acordo com o último censo demográfico em 2010, Bauru possui 343.937 residentes, o que faz com que o *Mafuá do HPA* apresente apenas 0,20% de leitores semanais, isso considerando o número bruto e que todos os residentes estão com acesso pleno aos recursos para o acesso.

Como não há uma página em rede social específica para o blogue, a medição de audiência fica prejudicada quando consideramos a divulgação dos conteúdos pelo perfil do autor no *Facebook*, uma vez que o site apenas oferece recursos para a medição de audiências de páginas e não de perfis.

Figura 24 Print de parte do questionário aplicado

Pesquisa Mafuá do HPA

Esta pesquisa tem como finalidade desenvolver um estudo sobre o blogue Mafuá do HPA (www.mafuadadohpa.blogspot.com.br), de autoria do jornalista Henrique Perazzi de Aquino, e tem como responsável o mestrando Giovani Vieira Miranda. Solicita-se que apenas os conhecedores do blogue e receptores de seus conteúdos respondam as questões de múltipla escolha.

***Obrigatório**

Nome (não é obrigatório se identificar)

Sua resposta _____

Bairro *

Sua resposta _____

Como conheceu o blogue Mafuá do HPA? *

Redes sociais

Conhecidos

a partir do seu autor

Outro: _____

Como você avalia a produção de conteúdo do blogue? *

Excelente

Boa

Ruim

Outro: _____

Logo de início, a intenção com as primeiras questões apresentadas foi a de mapear de onde cada resposta estava sendo encaminhada. Para isso, optou-se por trabalhar com a ferramenta *Google Maps* para criar um mapa interativo (figura 23) que fosse capaz de dar uma visão geral das áreas de influência do *Mafuá*. A pergunta destinada para inserir o bairro do questionado era a única obrigatória. Cada resposta do questionário, associada a uma pessoa diferente, gerou um ponto distinto no mapa de 01 a 96⁴³, com localização apontada de forma a apenas gerar um resultado visual, não comprometido com a exatidão espacial, até pelo fato dos voluntários não terem apontado o endereço exato de onde estavam respondendo.

⁴³ O mapa gerado é público e está disponibilizado para consultas no link < <https://goo.gl/qU8fDU> >

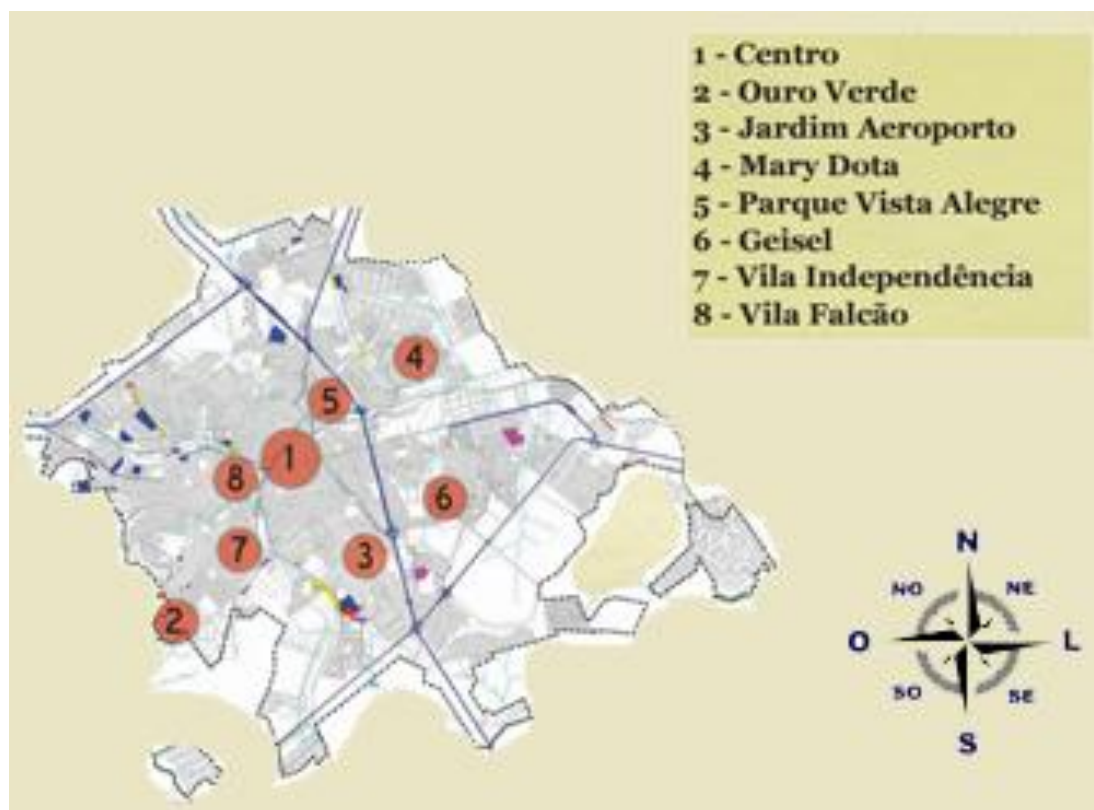
Figura 25 Print do mapa online traçando as resposta do questionário



O objetivo do mapa foi ter uma visão de onde estão localizados os leitores do blogue analisado, tendo como ponto de partida que uma mídia hiperlocal precisa estar inserida em um contexto de localidade contracenando com as ideias de pertencimento e identidade, como já descrito anteriormente.

Apenas para simplificar a visualização das regiões de Bauru, para efeito de realce dos dados que serão apresentados e de comparação a partir dos pontos colocados no mapa interativo, foi elaborado um mapa simplificado da área urbana de Bauru (figura 26) a partir dos mapas geográficos da cidade e dos mapas disponibilizados pelo Plano Diretor da cidade.

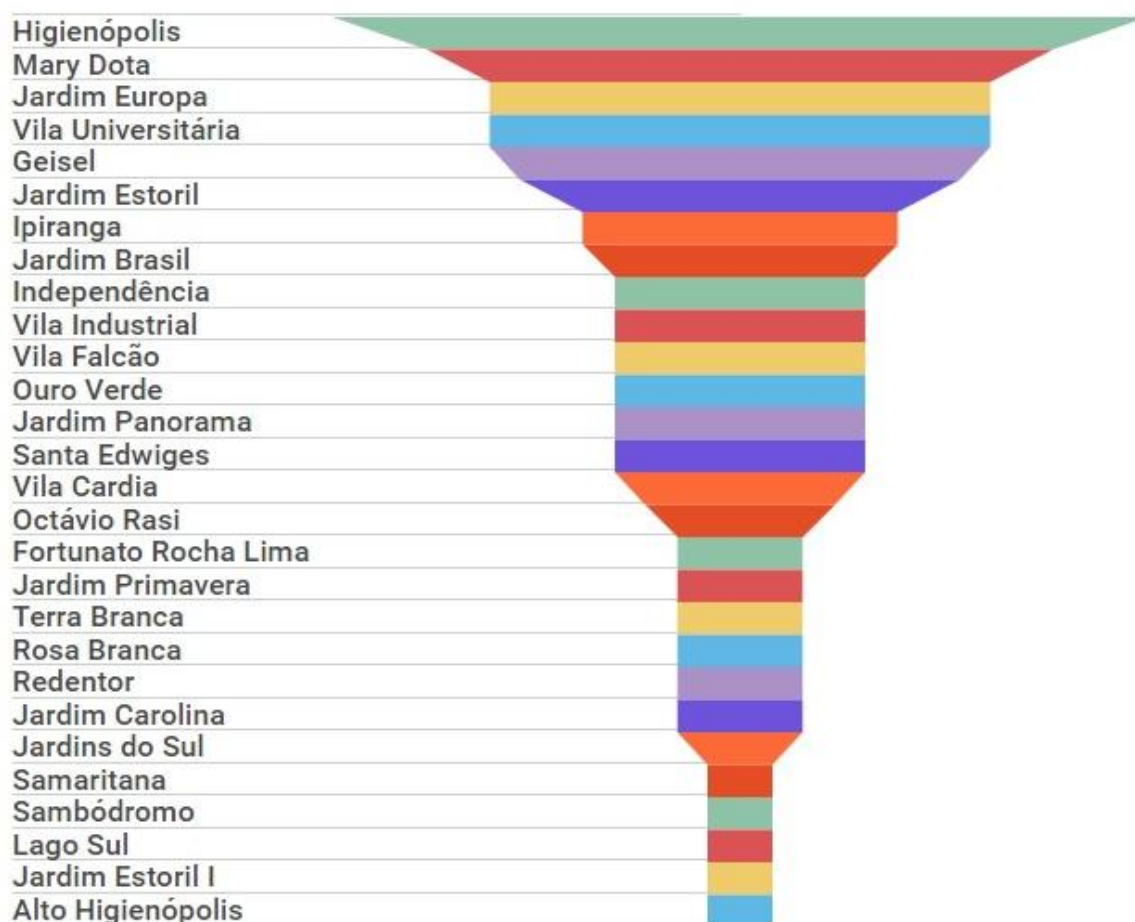
Figura 26 Mapa simplificado de Bauru



Elaborado pelo autor a partir de informações do Plano Diretor

O mapa interativo gerado por meio da ferramenta do *Google* apresenta focos de usuários que se prontificaram a responder o questionário online, ficando nítido que há uma dispersão do centro (regiões consideradas economicamente mais prósperas) para a periferia (menos prósperas). Os bairros de Bauru que foram mencionados na pesquisa, em ordem crescente de respostas e em números absolutos, foram: Higienópolis (13 respostas), Mary Dota (10), Jardim Europa (8), Vila Universitária (8), Geisel (8), Jardim Estoril (7), Ipiranga (5), Jardim Brasil (5), Independência (4), Vila Industrial (4), Vila Falcão (4), Ouro Verde (4), Jardim Panorama (4), Santa Edwiges (4), Vila Cardia (4), Octávio Rasi (3), Fortunato Rocha Lima (2), Jardim Primavera (2), Terra Branca (2), Rosa Branca (2), Redentor (2), Jardim Carolina (2), Jardins do Sul (2), Samaritana (1), Sambódromo (1), Lago Sul (1), Jardim Estoril I (1), Alto Higienópolis (1).

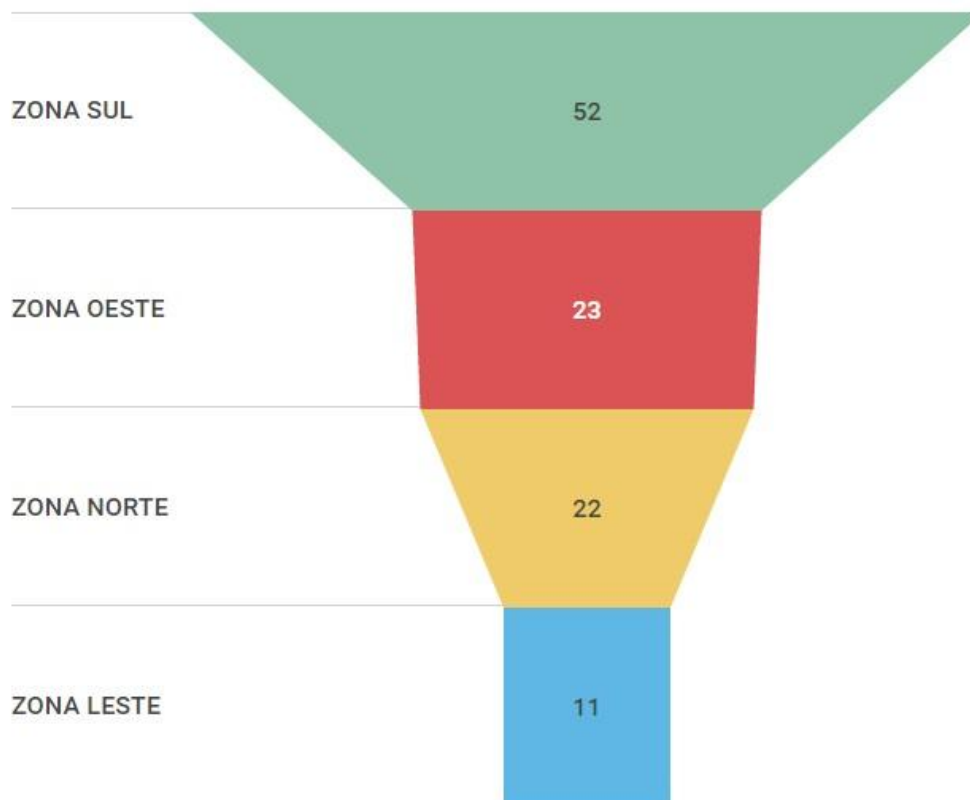
Figura 27 Distribuição das respostas dos questionários online por bairros



Ao considerarmos apenas os números absolutos das respostas dos questionários, nas cinco primeiras posições aparece uma mescla entre bairros de regiões nobres de Bauru, como Higienópolis (1º lugar com 13 respostas) e Jardim Europa (3º lugar com 8 respostas), e outros bairros considerados populares, como Mary Dota (2º maior número de respostas com 10 questionários) e Geisel (5º maior com 8 questionários). Ao agrupar os bairros em zonas geográficas (figura 25), conforme estabelecido pelo município, em primeiro lugar em número absoluto de respostas está a Zona Centro-Sul com 52 questionários (Higienópolis, Jardim Europa, Vila Universitária, Jardim Estoril, Alto Higienópolis, Jardim Panorama, Jardins do Sul, Lago Sul, Jardim Brasil, Vila Cardia) seguido pela Zona Oeste (Vila Industrial, Ipiranga, Independência, Ouro Verde, Terra Branca) que aparece em segundo com 23 questionários. A Zona Norte aparece na sequência com 22 questionários (Mary Dota, Octávio Rasi, Santa

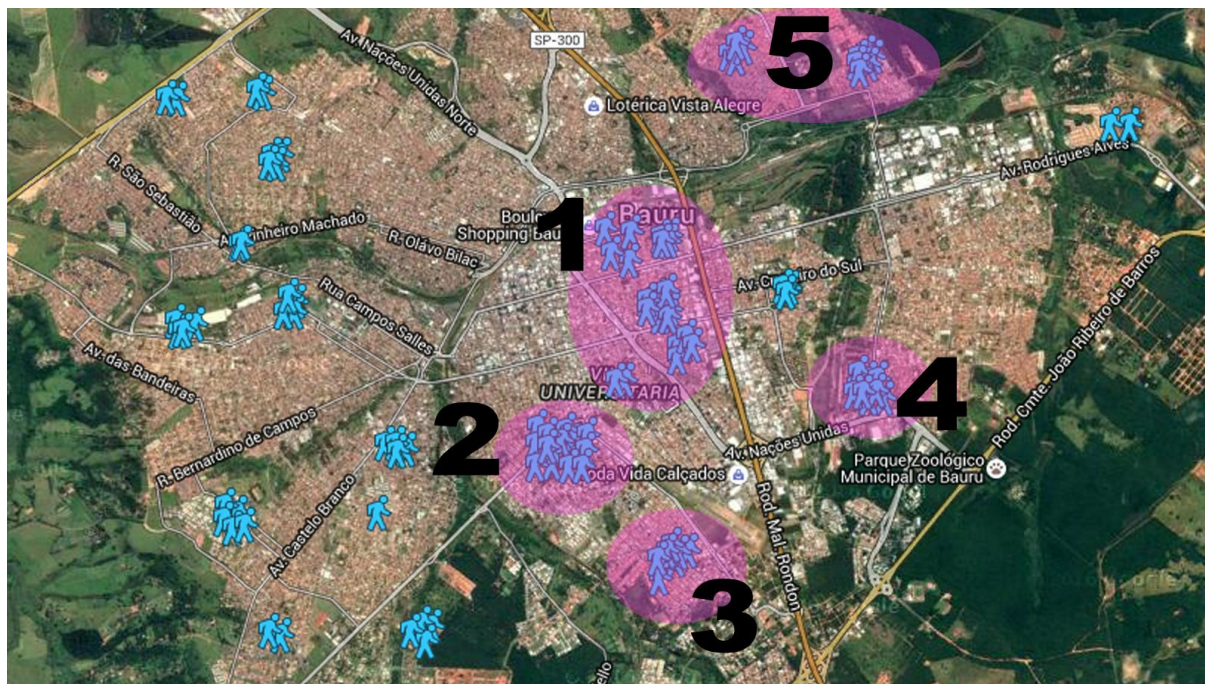
Edwiges, Fortunato Rocha Lima, Jardim Primavera e Rosa Branca) seguido pela Zona leste (Geisel, Redentor, Sambódromo) com 11 questionários.

Figura 28 Distribuição das respostas dos questionários online por zona geográfica



Com essa divisão, evidenciando uma audiência dispersa pelas áreas da cidade, o *Mafuá do HPA* garante uma legitimação de base popular. Quando voltamos ao mapa interativo elaborado a partir da localização, no qual cada resposta é identificada por um ponto, podemos traçar cinco áreas onde há maior aglomeração, indistintamente dos bairros que compõem cada área (figura 26). Quando traçamos um paralelo entre cada uma das cinco zonas observadas e a divisão geográfica da cidade, três marcações (1, 2 e 3) estão na região centro-sul da cidade, um na norte (5) e outra na leste (4), evidenciando que a maioria expressiva m regiões economicamente nobres da cidade.

Figura 29 Pontos de aglomeração das respostas do questionário



A divisão em zonas como realizado anteriormente a partir das respostas dos questionários online se faz necessária diante das características da cidade. De acordo com o último censo demográfico em 2010, Bauru possui 343.937 residentes (sendo 338.184 urbanos e 5.753 rurais), com PIB per capita de 28.976,18 reais, com renda per capita de 733,33 reais na área urbana e de 555,00 reais na área rural; dados que fazem com que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) seja considerado alto para o país na marca de 0,801 (em uma escala crescente de 0 a 1), que representa o 178º IDH nacional e 50ª posição no Estado de São Paulo. De acordo com um estudo sobre Índice Gini, que faz a medição da pobreza, Bauru apresenta a marca de 0,55 (em uma escala decrescente de 1 a 0), o que faz com o município liste entre as cidades com menor índice de exclusão social. No entanto, Bauru reproduz a desigualdade de distribuição de renda da sociedade brasileira, com 1/5 da população mais pobre com 9% da renda, enquanto o 1/5 mais rico se apropria de 42%. Tais características, explicam o fato de que a população considerada de menor renda esteja concentrada nas regiões periféricas, afastadas da área central e sul, onde também estão concentradas as deficiências de serviços de infraestrutura urbana, moradia, transporte, educação, saúde, entre outros. Já a zona centro-sul tem como consequência da concentração de renda a oferta ampliada dos recursos públicos.

Figura 30 Produto Interno Bruto de Bauru

Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA. Os dados do Produto Interno Bruto dos Municípios para o período de 2010 a 2013 (série revisada) têm como referência o ano de 2010, seguindo, portanto, a nova referência das Contas Nacionais.

De acordo com o Plano Diretor do Município, essas características fazem com que exista um bolsão de riqueza cercado de ampla extensão de exclusão. Ainda de acordo com o documento, a desigualdade na distribuição de renda é diretamente proporcional à desigualdade na escolaridade da população. Na região centro-sul, a mais rica da cidade, concentra-se a maior incidência de população com maior escolaridade. Ao contrário, nas regiões periféricas, reside a maior incidência da população analfabeta, especialmente nas favelas.

Embora não haja nenhuma pesquisa na cidade que correlaciona esses dados do IBGE com o acesso à tecnologia e informação, é possível fazer um paralelo com pesquisas em âmbito nacional. Uma pesquisa da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), divulgada em 2015, revelou que somente 1,7% das casas mais pobres do Brasil têm acesso à internet. Nesse sentido, pode-se afirmar que, muito embora o foco de produção do blogue seja evidenciar o chamado “lado B de Bauru”, como o próprio autor denominou na entrevista semiestruturada realizada, o acesso está centrado em regiões consideradas

economicamente mais ricas, podendo afirmar que há uma pulverização do centro-sul para as áreas mais periféricas, como norte, oeste e leste da cidade.

Em relação a forma como o leitor passou a conhecer o blogue analisado, os números absolutos apresentados pelo questionário são muito próximos (figura 28). A maioria dos usuários (39,8%) apontou que conhece o blogue por causa da interação das redes sociais, o que se subentende pelo perfil do HPA e do fluxo geral de interação gerado. Em segundo lugar, apareceu que 32,4% chegaram ao *Mafuá* por meio de conhecidos e outros 27,8% a partir do próprio autor.

Quando se faz uma divisão entre as regiões traçadas até agora (figura 29), considerando as respostas separadas dos entrevistados, percebe-se que a forma como o leitor conheceu o blog vai se alterando. Enquanto que na Zona Centro-Sul 50% dos entrevistados (26 respostas do total mapeado dos bairros daquela região) disseram que conheceram o blogue pelas redes sociais (contra 26,92% por conhecidos e 23,07% pelo próprio autor), na Zona Leste, 54,54% (6 entrevistados do total considerado) conheceram o *Mafuá* a partir de seu autor face a 18,18% (2 respostas) nas redes sociais e 27,27% por conhecidos (3 respostas).

Figura 31 Formas como conheceu o Mafuá

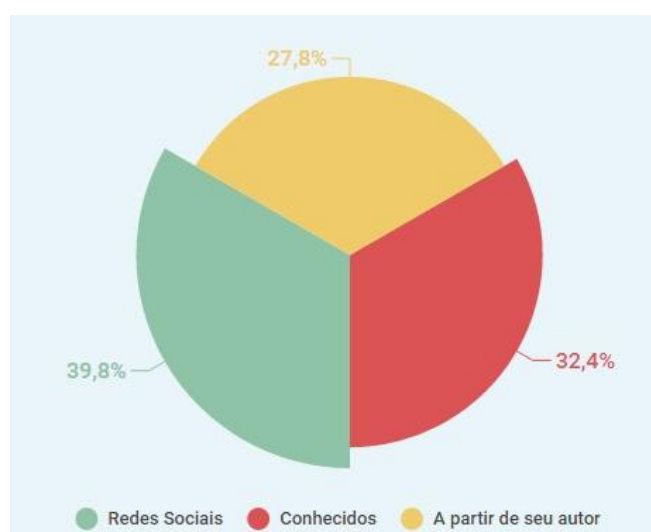
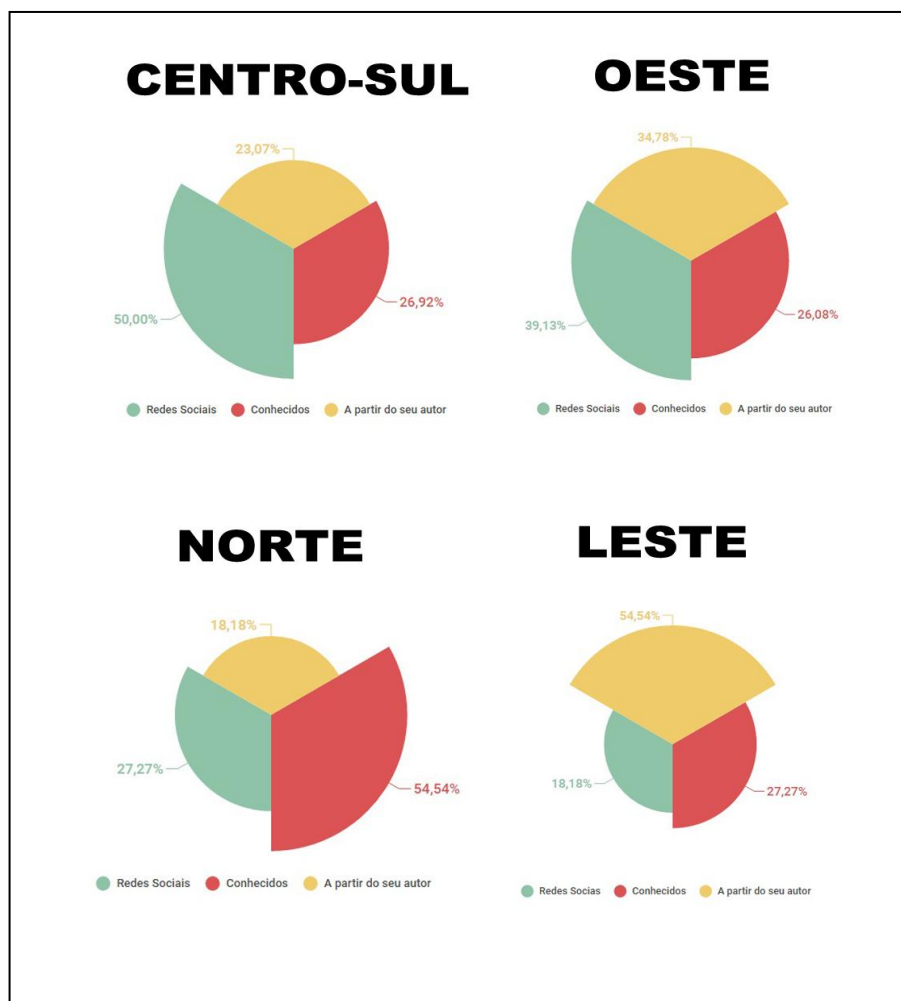
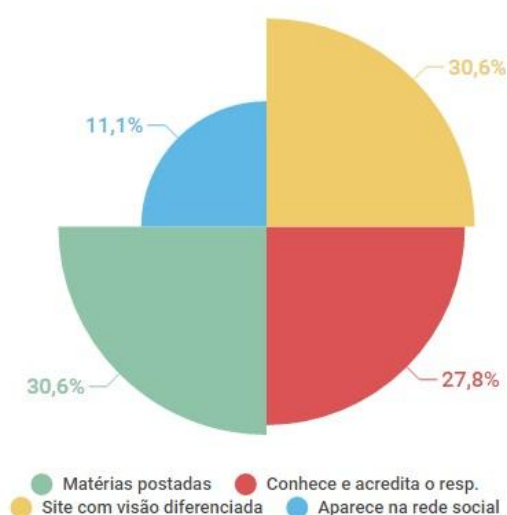


Figura 32 Formas como conheceu o Mafuá nas regiões de Bauru



Quando indagado sobre o porquê de o entrevistado acessar o blogue, o conteúdo é o diferencial juntamente pelo fato do *Mafuá* ser considerado um site alternativo no contexto de mídia da cidade. Assim, 30,6% disseram que costumam visitar o site ou pelas matérias postadas ou pelo diferencial do site na cidade, enquanto outros 27,8% disseram acessar porque conhecem e confiam no autor responsável e 11,11% pelo fato do conteúdo aparecer na rede social.

Figura 33 Motivos que levam a acessar o Mafuá



O fato do *Mafuá* ser apontado pela maioria dos entrevistados como um site com visão diferenciada reflete na visão de sua audiência frente aos demais meios de comunicação de Bauru. A maioria dos entrevistados considera o blogue como uma possível fonte alternativa (figura 31) para se informar (47,2%), enquanto 33,3% apontaram que preferem se informar sobre os acontecimentos da cidade a partir das postagens realizadas no blogue. Já 17,6% negaram usar o *Mafuá* como uma fonte primária de informação. Se considerarmos aqueles que leem o blogue o considerando como uma fonte alternativa com aqueles que declaram se informar pelas postagens, a audiência passa a ser de 80,5%.

Quando analisamos esse quadro sob a ótica da divisão por regiões em Bauru, a concentração daqueles que disseram se informar pelo blogue (figura 32) está concentrada na Zona Norte, com 33,33%, seguido pela Zona Leste (30,5%), Zona Oeste (25%) e por último a Zona Centro-Sul com 11,11%. Percebe-se assim, ao comparar esses números com o absoluto de respostas dos questionários, que as zonas mais periféricas da cidade, embora não sejam separadamente maioria no acesso, são as que utilizam o blogue como um recurso principal de informação.

Esse cenário se altera quando se considera a porcentagem daqueles que apontaram o *Mafuá do HPA* como uma fonte secundária e alternativa de informação (figura 33). A aglomeração está na Zona Centro-Sul com ampla maioria (58,82), seguido pela Zona Oeste (23,5%), Zona Norte (9,8) e Zona Leste (7,84%). Esse quadro é muito parecido quando consideramos o grupo que apontou não considerar o

Mafuá como fonte de informação sobre os assuntos da cidade (figura 34). Em primeiro lugar aparece os entrevistados da zona sul com 57,9% desse total, seguidos pela Zona Leste (26,31) e Zona Oeste (15,79%), sendo que nenhum morador da Zona Norte apontou essa opção.

Figura 34 Se informa ou não pelo Mafuá

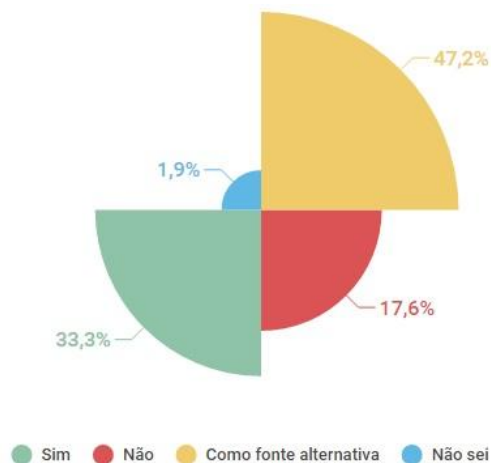


Figura 35 Usam o Mafuá para se informar – por regiões de Bauru

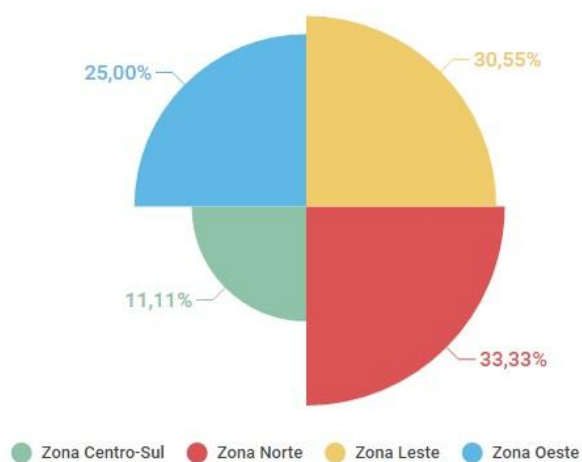


Figura 36 Consideram o Mafuá como fonte alternativa – por regiões de Bauru

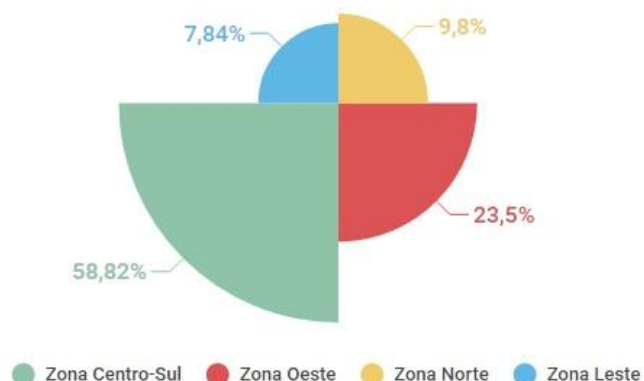
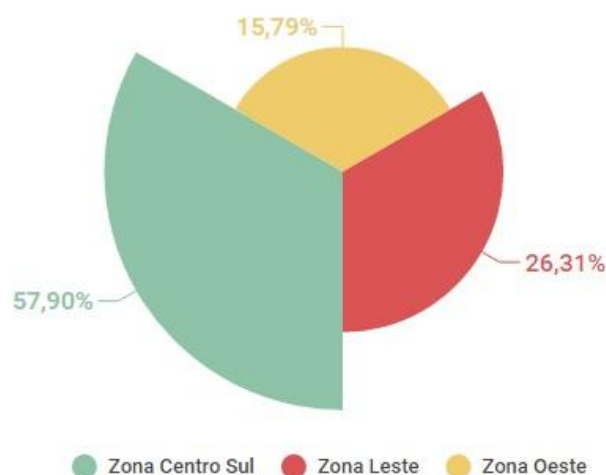


Figura 37 Não usam o Mafuá para se informar – por regiões de Bauru



O próximo passo foi quantificar quantos dos 108 entrevistados consideram a produção do blogue relevante para a comunidade ou mesmo para a sua rotina individual (figura 35). A ampla maioria, 80 entrevistados (74,1%) disseram que consideram relevante ao passo que 15,7%, apenas 17 entrevistados, disseram que não. Do total de respostas, 11 entrevistados (10,2%) escolheram a opção de que não saberiam responder.

Retornando ao exercício de fracionar as respostas por regiões/localidades da cidade, é possível apontar que os moradores da Zona Centro Sul são maioria em apostar que os fatos publicados não são relevantes para o cotidiano da comunidade (70,58%, ou 12 respostas), embora seja o grupo majoritário quando se considera aqueles que dizem visualizar a

relevância (42,50%, 34 respostas) e daqueles que não souberam opinar (33,33%, seis respostas). Ainda entre os que consideram relevantes os assuntos (figura 36), 23,75% são da Zona Norte (19 respostas), 22,5% da Zona Oeste (18 respostas) e 11,25% da Zona Leste (nove respostas). Já entre os que não consideram os assuntos reportados como de importância (figura 37), seguem Zona Leste e Zona Oeste, ambas com 11,76%, e a Zona Norte pro último com 5,88%. Já entre os que não souberam apontar, logo após a frente da Zona Centro-Sul (seis respostas), aparecem a Zona Oeste com 27,27% (3 respostas) e Zona Norte com 18,18% (duas respostas).

Figura 38 Se consideram relevantes as produções

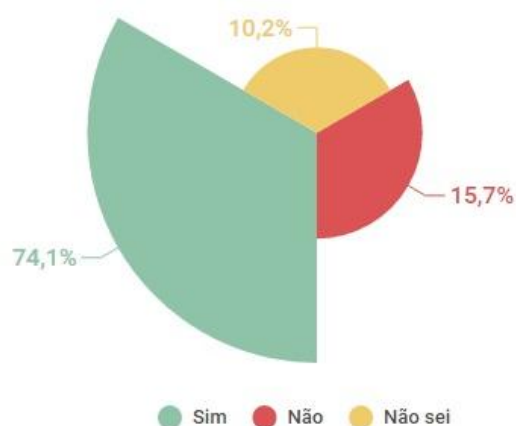


Figura 39 Consideram relevantes as produções – por regiões de Bauru

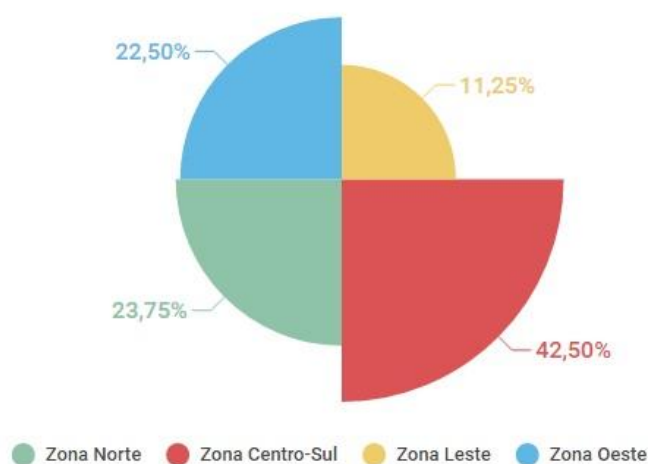


Figura 40 Não consideram relevantes as produções – por regiões de Bauru

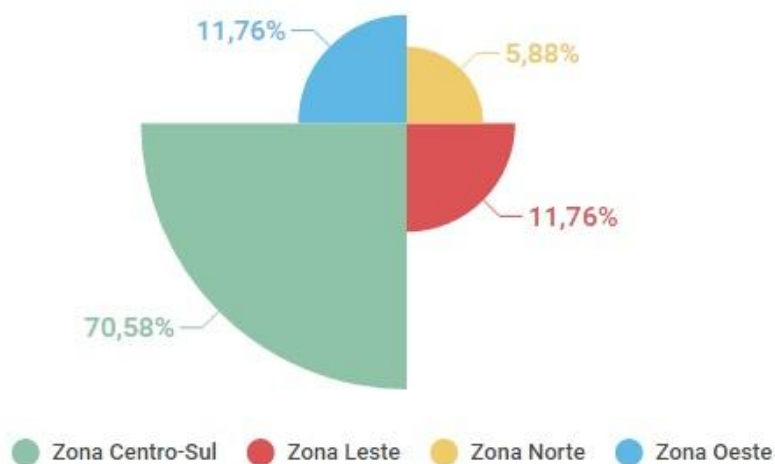
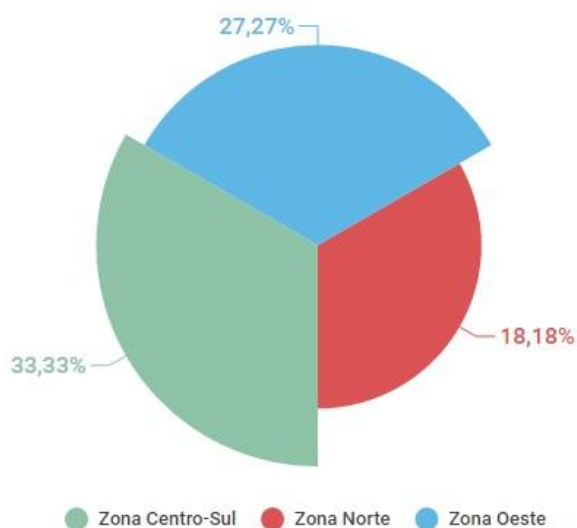


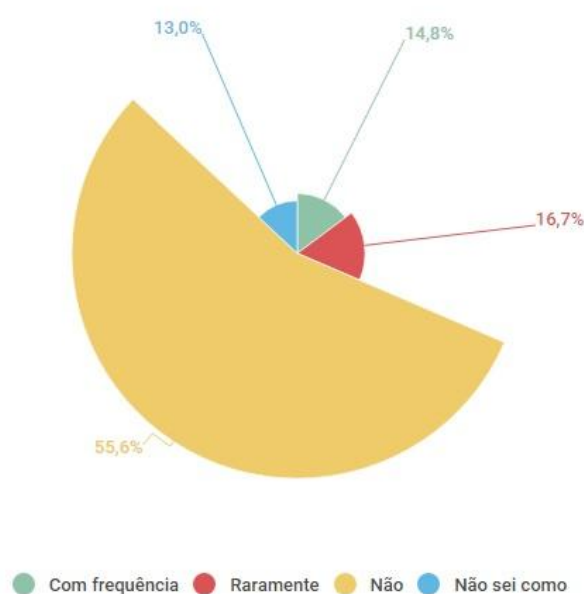
Figura 41 Não sabem se as produções são relevantes – por regiões de Bauru



Sendo assim, ao mesmo tempo em que a Zona Centro-Sul diz reconhecer a relevância do conteúdo publicizado, ela se divide ao dizer que não sabe dimensionar o impacto e que não há nenhuma relevância. Ao mesmo tempo, quando se consideram os números absolutos, pode-se afirmar que a maioria dos cidadãos que acessam o *Mafuá do HPA* reconhece a importância do conteúdo publicado para a comunidade e para questões e cenários de aspectos individuais. Mesmo somando a quantidade absoluta de questionários que apontaram a não relevância ou não saber de sua existência, os números obtidos nas Zonas Leste (duas respostas), Oeste (cinco), e Norte (três), não ultrapassam o total daqueles que reconhecem a importância do blogue em cada região, sendo esses nove, 18 e 19 respostas respectivamente nas zonas apontadas como diagnosticado anteriormente.

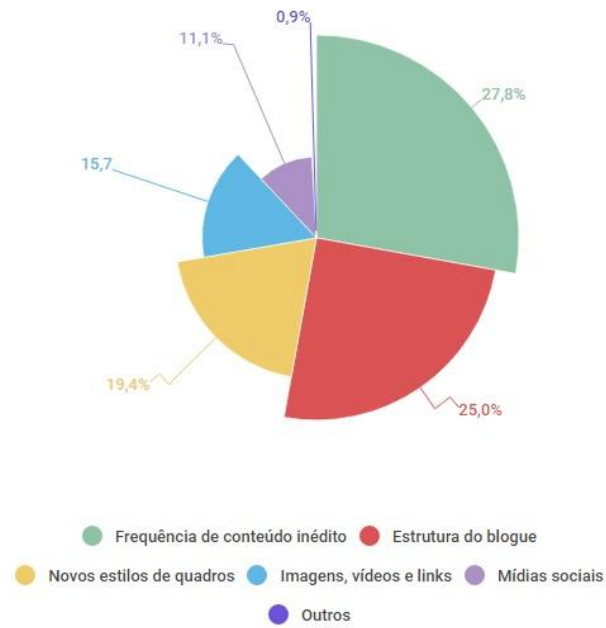
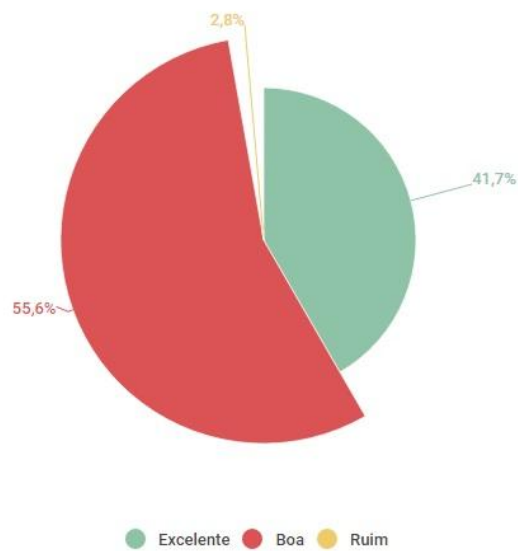
Embora o HPA tenha mencionado na entrevista semiestruturada realizada que recebe sugestões de colegas e amigos e busca atendê-las, sendo que muitas vezes recebe pedidos diretos de publicação, as respostas dos questionários apontam que a maioria dos leitores não contribui (55,6%), enquanto outros apontaram raramente fazem contribuições (16,7%). Os que disseram que contribuem frequentemente chegaram a 14,8%, enquanto 13% disseram que gostariam de enviar contribuições, mas que não sabem quais são as formas.

Figura 42 Frequência de contribuições ao Mafuá do HPA



A última pergunta realizada foi sobre as possíveis mudanças que os leitores fariam no blogue. A maioria optou por marcar que aumentariam a frequência de postagens do blogue (27,8%). Como o próprio autor apontou, a média do *Mafuá* é de uma postagem por dia. Em outra abordagem do questionário, os leitores foram indagados sobre como avaliam a produção dos conteúdos divulgados pelo *Mafuá*: 55,6% apontaram como boa e outros 41,7% como excelente, ou seja, embora em quantidade insatisfatória, a qualidade da produção tem aprovação de 97,3% dos leitores.

Logo na sequência sobre as mudanças, com uma porcentagem bem próxima (25%) apareceram aqueles que fariam melhores adaptações na estrutura do site. Outros 19,4% sugerem novos estilos de quadros e 15,7% gostariam que as postagens apresentassem outros recursos, tais como imagem, links e vídeos. A vinculação com as redes sociais foi a opção escolhida por 11,1%.

Figura 43 Possíveis mudanças no Mafuá**Figura 44 Qualidade das postagens do Mafuá**

Diante dos dados coletados pelo questionário online e apresentados anteriormente, podemos inferir que o *Mafuá do HPA*, mesmo com uma audiência bem inexpressiva diante da população absoluta de Bauru (infelizmente não há dados oficiais dos usuários de internet da cidade), com uma dinâmica específica de produção baseada nos anseios de seu idealizador, possui uma área de atuação definida. A maioria dos leitores do blogue está concentrada em regiões consideradas abastadas de Bauru, como a Zona Centro-Sul, embora o vínculo com a comunidade seja ressaltado quando se olha a audiência presente nas periferias da cidade; o que pode ser justificado pelo privilégio editorial por assuntos dessas regiões. Como aponta o autor no blogue e na entrevista realizada, o foco do blogue é a produção de conteúdos que, em sua visão, são desconsiderados pela mídia corporativa da cidade. Isso faz com que, mesmo sendo minoria entre a audiência, os cidadãos das regiões periféricas considerem o blogue como uma fonte de notícia sobre os assuntos locais, chegando a ter impacto no cotidiano da comunidade onde estão inseridos ou mesmo em sua rotina. Ao passo que entre os cidadãos da Zona Centro-Sul, o blogue acaba sendo desconsiderado como um meio informativo sobre os assuntos locais e passa a ser vislumbrado como um meio de comunicação que traz uma visão alternativa àquilo que é produzido pela mídia corporativa.

Muito embora o blogue traga uma produção descentralizada de conteúdo, com a ausência de esquemas laborais profissionais como os visualizados em corporações com esse intuito, a audiência é considerada, como mesmo apontou o responsável. No entanto, as formas como essas considerações podem ser encaminhadas acabam sendo pouco disseminadas. Muitos dos conteúdos sugeridos acaba sendo realizado porque o leitor conhece o responsável pelo blogue ou mantém algum tipo de relação direta. Pelas respostas apresentadas, tanto os cidadãos das regiões abastadas como os de zonas mais periferias encontram dificuldades para efetivar a sua participação, seja porque desconhece que essa seja possível ou porque não sabem quais são os caminhos para tanto. A frequência de atualização com conteúdo inédito é uma possível mudança apontada pela maioria dos leitores, o que evidencia uma audiência que anseia por conteúdos locais com maior frequência.

O fato do *Mafuá do HPA* assumir características de arena pública pode-se aqui apontar que, em primeira análise, estar, primordialmente, atrelado a uma comunidade (é um blogue destinado a apresentar assuntos do cotidiano bauruense em suas várias áreas de abrangência), com uma concepção de mídia oriunda no seio dessa comunidade e que apresenta um potencial de interação com a sociedade civil nela presente. Embora a população local tenha uma ínfima participação nos processos de gerenciamento do fluxo do blogue (muitas desconhecem os

caminhos para ou mesmo não sabem que há essa possibilidade), esse cria laços com essa comunidade ao tentar captar as demandas locais, problematizá-las e publicizá-las no espaço hiperlocal. Muito embora a figura do seu criador seja central para a manutenção da produção e do fluxo, o blogue, na prerrogativa de uma arena pública, acaba por captar os interesses, as diversas opiniões que muitas vezes só estão presentes nas esferas privadas, e os discute por meio de uma redação postada no blogue, fazendo com que essas sejam irradiadas à esfera pública. O caráter do *Mafuá do HPA* como uma arena pública seria intensificado se o autor criasse mecanismos mais claros e explícitos para a população participar e debater aquilo que é problematizado. A independência do *Mafuá do HPA* face aos centros políticos e econômicos da cidade possibilita, tal como acredita Habermas (2006), a ampliação democrática da participação e decisão na Esfera Pública. Quando a interação com os leitores for plena e ativa, haverá um processo de empoderamento para que esses participem e respondam a um discurso público (HABERMAS, 2006).

Com apenas nove anos de atuação, pode-se inferir que o *Mafuá* ainda anseia por sua própria identidade vinculada às características de um local ou mesmo de um espaço hiperlocal. Como ponto de partida, pode-se dizer que o projeto cidadão é um embrião de eventuais possibilidades que possam ser realizadas na cidade ou em comunidade da cidade mediante as características hiperlocais até aqui traçadas.

Falta ao projeto de Henrique Perazzi de Aquino um padrão de atuação que possa intensificar sua aproximação com a comunidade e fazer com que essa interação atinja patamares de interação contínua; podendo dizer que possa ter uma busca por algum modelo de sustentação (financeiro para justificar mudanças na estrutura, no aumento do fluxo de produção ou mesmo na capacitação de seu idealizador para eventuais reestruturações) que fuja dos anseios particulares de seu idealizador para que todos os nichos o considerem um ponto de referência sobre os acontecimentos locais. Por ser uma mídia online, o blogue tem suas potencialidades superestimadas, seja pelo pouco uso de recursos tecnológicos fornecidos pelo ciberespaço ou mesmo na adoção de características de fluxos noticioso jornalística como outros meios hiperlocais tem adotado como forma de realçar elementos utilizados na construção de representações sociais nos contextos econômico, político, histórico, sociocultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar características da denominada esfera pública, evidenciando a possibilidade de criação e atuação de arenas públicas como elementos de defesa e ampliação de processos participativas democráticos, em relação àquilo que é produzido nos chamados meios hiperlocativos, podendo esses ser aproximados com a ideia concebida de arenas públicas. Para tanto, foi realizado um estudo que focou na revelação de determinadas características da esfera pública habermasiana e do hiperlocal, buscando uma associação entre as considerações. Como maneira de exemplificar a atuação desses meios hiperlocais como arenas públicas, optou-se por escolher um blogue produzido e divulgado por um cidadão da cidade de Bauru; o *Mafuá do HPA*, que está inserido em um contexto local em convergência com características ditas globais. Em uma discussão transversal entre os aportes teóricos e empíricos, buscou-se apontar até que ponto é possível produzir um conteúdo em rede que tivesse a disseminação em um determinado campo ao ponto de influenciar e impactar processos já consolidados e de maior expressão e disseminação. Acreditou-se que, pelo fato do *Mafuá do HPA* se apresentar como um blogue, esse tem o potencial de se evidenciar, de acordo com as funções desempenhadas pela mídia (HABERMAS, 1997), pela vigilância dos assuntos sociais e políticos, com a problematização de assuntos diários da esfera privada que seriam evidenciadas para a esfera pública. Ainda mais que o blogue se destaca em um contexto bauruense de concentração midiática, com a presença de um jornal impresso regional, duas emissoras de rádio FM e uma AM, algumas retransmissoras de TV e uma ausência de mídias alternativas à corporativa.

Com base nos dados apresentados sobre o estudo quantitativo e qualitativo do *Mafuá do HPA*, pode-se apontar que o blogue possui um público definido de leitores distribuídos pela cidade com foco nas regiões centrais em difusão pelas suas periferias. O blogue apontado como exemplo tem sua origem a partir dos anseios de um cidadão, como ele mesmo apontou entre as razões para a criação do site, e passa a ter os seus pares como parte do fluxo produtivo. Como mesmo destacou o cidadão Henrique Perazzi de Aquino, o blogue nasceu de sua vontade de reunir em um único espaço histórias da cidade, especialmente aquelas que estavam fora do eixo de produção, em sua ótica, dos demais meios de comunicação da cidade.

Muito embora o conteúdo apresentado pelo autor aponte para conteúdos mais populares, com foco em visões e personagens periféricos que não são destacados na mídia

comercial local, o blogue possui maior repercussão entre os moradores que estão em zonas econômicas privilegiadas da cidade, como a Zona Centro-Sul. A explicação para tal fenômeno, como apontado, pode estar nas características da própria cidade que, embora apresente um elevado padrão de vida para a região Sudeste e para o Brasil como todo, aponta para significativos bolsões de concentração de renda. A população bauruense, muito difusa espacialmente, também se apresenta com uma clara divisão entre aqueles que são considerados ricos, e por consequência têm acesso a bens de consumo e rotinas específicas, e aqueles mais desbastados de renda, que acabam marginalizados nas características desenvolvidas da cidade. Esses ainda estão afastados da chamada inclusão digital; o que dificulta o acesso a projetos digitais online que buscam dar foco em suas regiões e características, como é o caso do Mafuá do HPA. A elevada concentração de renda e a clara divisão da cidade também auxilia a explicar, de certa forma, o porquê da mídia local dar preferência para o destaque das regiões mais desenvolvidas da cidade (onde estão situados seu público patrocinador) a regiões mais periféricas.

Mesmo que com uma leitura difusa, podendo-se afirmar que muitos daqueles representados em suas publicações acabam por não tendo conhecimento do mesmo, o *Mafuá do HPA*, teve sua origem demarcada em um contexto de comunidade (mesmo considerando que os registrados apontado pelos eu autor apontem para as mais diversificadas localidades de Bauru, não podendo se apontar uma região específica para a origem e foco das produções) por meio de um cidadão contemplado pelas ferramentas necessárias e mantém um sistema de produção subjetivo tendo como foco o seio dessa mesma comunidade de onde se originou.

Muito embora sejam leitores de regiões consideradas nobres da cidade o principal público do *Mafuá*, são os leitores das periferias da cidade de Bauru que acabam por visualizar sua importância em seu contexto de vivência. O grande número de leitores que apontaram que o conteúdo produzido seja de relevância para os interesses da comunidade ou mesmo determinados interesses individuais revela que a comunidade identifica elementos de identidade nas publicações. Tal ponto pode ser justificável quando ao cidadão responsável pelo blogue aponta que a produção do conteúdo está baseada no cidadão e nas temáticas que o circundam e que não são relevadas pela mídia corporativa da cidade.

A interação ativa dos leitores da comunidade com o cidadão responsável, quando se considera apenas o blogue, ainda é falha. Tal assertiva confirma-se quando boa parte dos entrevistados aponta que nunca fizeram sugestões ou mesmo sabem como fazer. Embora presente de forma online, com uma vastidão de recursos à disposição, o *Mafuá do HPA* aparenta ter parado no tempo, não apostando em novos recursos para intensificar a interação

de seus leitores. Ao que tudo indica, como mesmo apontado pelo seu autor em entrevista realizada, o diferencial do blogue continua na linguagem e nas abordagens realizadas e menos nos recursos utilizados. O cidadão responsável prefere, como ele mesmo apontou, apostar na militância política como objeto de identificação e propagação dos fatos, e por consequência na interação ativa com a comunidade, do que investir na ampliação desses recursos. Nesse ponto, como bem lembra Patrocínio (2003), mesmo diante de um universo em que o inovador tecnológico principia entre os elementos de destaque e de convencimento, o bom profissional da comunicação ainda será aquele que é capaz de traduzir informações de interesse público para o cidadão comum, de contar boas histórias e de atuar como um agente fiscalizador do poder público; itens que, em suas proporções, ainda são alicerçados pelo HPA.

O fato de alguns cidadãos terem apontado que fazem comentários ou mesmo sugestões e o autor registrar que muitas delas são consideradas, algumas vezes até mesmo em sua totalidade, faz com que o blogue fuja dos esquemas centralizados de produção (mesmo que a produção em um blogue possa ser apresentada como já inerentemente difusa e descentralizada, aqui é realizada essa ressalva ao apresentar um canal produtor de conteúdo local que para muitos leitores é vislumbrado como um meio de notícia local). Embora realizado por um único cidadão, quase que de maneira despretensiosa no limite do amadorismo, com regras e rotinas de produção que não passam de esquemas subjetivas, o *Mafuá do HPA* distingue-se das demais mídias da cidade por ter um público, uma área de atuação e um contato com essa audiência. Características que, muito provavelmente, poderiam ser questionadas sobre a manutenção, caso o interesse do autor fosse o de monetizar o seu sistema de produção; ao ponto que isso exige, a começar, a adoção de fluxos produtivos que fujam da subjetividade para garantir a confiança dos investidores e mesmo dos leitores na ampliação da audiência.

Outro ponto que chama a atenção nesse estudo é o fato do cidadão responsável, muito embora se apresente como jornalista, em nenhum momento discute a produção jornalística em sua rotina. O que se evidencia é que o autor tem uma visão do Jornalismo muito interligada com a defesa de interesses que não estejam além da publicização dos efeitos públicos coletivos e sociais, distanciando-se de rotinas, padrões, linguagens, entre outras, estritamente jornalísticas. O fato da subjetividade do autor estar em primeiro plano coloca em xeque a credibilidade daquilo que é produzido, especialmente pelos leitores que estão entre os mais críticos. Na periferia da cidade, a credibilidade daquilo que é produzido e está sendo veiculado mais está associado à personalidade do autor e sua imersão por esses setores do que pela qualidade do que é apresentado. Isso explica o porquê o blogue, embora com quase dez

anos de atuação, ainda não seja visualizado como um meio para se informar sobre o que acontece na cidade. O seu potencial alternativo, bem como o social, é o que prevalece para sua legitimação.

Diante desse exposto, é possível afirmar que um meio de comunicação independente de vínculos comerciais, pode sim atuar como uma arena pública em defesa da ampliação do processo de criação de espaços que buscam ampliar os anseios de determinado segmento social. Quando alocado em um espaço digital, tal qual um blogue na internet, os potenciais de atuação são amplificados mesmo distante de padrões estéticos, seja na incorporação de uma linguagem que agrega credibilidade, como apontado reiteradamente nesta pesquisa, seja na adoção de recursos técnicos para tal efeito. Os números de audiência do *Mafuá*, sua inserção em espaços da cidade e sua interação com os leitores, seja pelas redes sociais ou mesmo de forma personalizada, faz com que o potencial seja considerado um ponto de análise.

Sendo assim, mesmo em sua estrutura organizacional de simplórias incorporações das tecnologias para a produção online, o *Mafuá* apresenta as funções próximas àquelas consideradas ideais para um meio de comunicação em atividade nos políticos constitucionais, tal qual reportou Habermas (1997). Entre elas o fato de, em sua proporção estabelecida, vigiar sobre o ambiente sociopolítico; participar das questões relativas à agenda política; estabelecer canais que possibilitem a defesa e a difusão de determinadas posições; permitir o diálogo e o debate sob os mais variados pontos de vistas; incentivar os cidadãos e convidá-los à participação ativa; resistir a todo processo que vise restringir o aspecto do debate público; e o respeito de todos os envolvidos.

Enfim, com o caso do *Mafuá do HPA*, no âmbito desta pesquisa, pode-se apontar a necessidade de amadurecer a concepção de que esse pode dar mais contribuição ao fortalecimento da esfera pública em sua atuação como arenas públicas. É preciso apostar numa produção comprometida com a ampliação do debate, instigando a participação de cidadãos mais conscientes e responsáveis pela construção de novas realidades.

REFERÊNCIAS

ARENDT, H. **A condição humana**. Tradução: Roberto Raposo. 10ª ed..Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008

ASEN, R; BROUWER, D. **Counterpublics and the State**. State University of New York, 2001.

AVRITZER, L., COSTA, A. Teoria Democrática e Deliberação Pública em Habermas e Rawls. 2007. Disponível em <bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/anpocs00/.../00gt1912.doc>. Acessado em 10 jan. 2014

BAINES, D. **Hyper-local news: A glue to hold rural communities together?**, Local Economy, vol. 27 n. 2 152-166, 2012. Disponível em <<http://lec.sagepub.com/content/27/2/152.abstract>> Acessado em 10 jan. 2014

BARBOSA, M. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: Canavilhas, João (org). **Notícias e Mobilidade – jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, 2013.

BARBOSA, S. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, na UFBA, Salvador (BA), Novembro de 2002. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf>> Acesso em: 31 dez. 2015.

BARROS, A. P. F. L. **A importância do conceito de Esfera Pública de Habermas para a análise da Imprensa** - uma revisão do tema. v. 5n. 1/2, jan./dez. Universitas Arquít. e Comun. Social: Brasília, 2008

BENNET, W. L. Communicating Global Activism Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics. In: van de Donk; Loader, Brian D.; Nixon, Paul G. & Rucht, Dieter. **Cyber Protest. New Media, Citizens and Social Movements**. Londres :Routledge. 2004.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.

BOBBIO, N. **Liberalismo e Democracia**. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

- BOBBIO, N. **O Futuro da Democracia**: Uma defesa das regras do jogo. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- BOURDIN, A. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- BRITTOS, V. **Comunicação, informação e espaço público**. Exclusão no mundo globalizado. Rio de Janeiro: Papel&Virtual, 2002
- CAMPONEZ, C. **Jornalismo de Proximidade**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.
- CASTELLS, M. **A era da intercomunicação**. Le Monde Diplomatique – Brasil, 2006. Disponível em: <<http://diplo.org.br/imprima1379>> Acessado em: 14 jan. 2015.
- CASTELLS, M., **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza, 2009.
- CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Orgs). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Lisboa: Imprensa Nacional, 2006.
- CAZELOTO, E. **A inclusão digital e a reprodução do capitalismo contemporâneo**. 280 f. Tese (Doutorado), PUC, São Paulo, 2007. <Disponível em: http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/1/TDE-2007-12-27T07:03:47Z-4637/Publico/Edilson%20Cazeloto.pdf>. Acesso em 28 jun. 2015.
- CERVO, A.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Pratices Hall, 1990.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- COHEN, J. L.; ARATO, A **Civil Society and Political Theory**. Cambridge, MA: MIT Press 1992
- CURLEY, R. **Interview with Italian newspaper**. Robcurley internet punk. 2007 Disponível em <<http://robcurley.com/2007/01/18/interview-with-italian-newspaper/>> Acessado em 25 jul. 2015

DA SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC, 2005.

DOURADO, M. A Esfera Pública no Jornalismo Cidadão Online Refletindo a reconfiguração do conceito de Habermas nas práticas colaborativas da notícia. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)**. Disponível em <www. bocc. ubi. PT> Acesso em: 15 jan. 2016.

DOWNING, J. D. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. Senac: São Paulo, 2002.

DRYZEK, John S. **Deliberative democracy and beyond: Liberals, critics, contestations**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ETZIONI, Amitai **The Spirit of Community: Rights, Responsibilities and the Communitarian Agenda**. New York: Crown Publishers. 1993

FRANKENBERG, G. D. **Constitution of the Republic** . Authority and solidarity in civil society. Baden-Baden: Nomos 1996

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GILLMOR, D. **Nós, Os Media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

GIMMLER, A. Deliberative democracy, the public sphere and the internet. **Philosophy & Social Criticism**, v. 27, n. 4, p. 21-39, 2001.

GLASER, M. **Your Guide to Hyper-local News**. Mediashif, Your Guide to de Digital Media Revolution, 2007. Disponível em: <<http://www.pbs.org/mediashift/2007/12/your-guide-to-hyper-local-news347.html>> - Acessado em 25 set. 2015

GOMES, W.; MAIA, R. C. M. **Comunicação e Democracia: Problemas & Perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008.

GOMES, W.; MAIA, R.; MARQUES, F. P. J. A. **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HABERMAS, J. **Direito e Democracia: entre facticidade e validade**, vol. I, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003 (a).

HABERMAS, J. **Era das transições**, vol. I, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003(b).

HABERMAS, J. Further reflections on the Public Sphere, in CALHOUN, Craig (ed.), **Habermas and the public sphere**. Cambridge, MA and London: MIT Press, 1997.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. **Communication Theory**, v. 16, n. 4, Nov. 2006, p. 411-426

HABERMAS, J. The Theory of Communicative Action. Vol. 2, ***Lifeworld an System: a Critique of Functionalist Reason***. Boston: Beacon Press, 1987.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2006.

KOVACH, B; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

JENKINS, H. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, S. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Zahar, 2001.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEAL, E. G. **A contribuição do jornalismo em blogs para o fortalecimento da esfera pública: análise do Blog de Jamildo e Blog do Magno Martins**. 149 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

LEMOS, A. **Nova esfera conversacional**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

LEMOS, C. E. B.; PEREIRA, R. M. **Jornalismo hiperlocal no contexto multimídia: um relato da experiência do jornal-laboratório Contramão Online**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf> - Acesso em: 20 de agosto de 2015.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LOPEZ GARCÍA, X. **Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal**, Comunicação e Sociedade, Vol. 4, nº 1, Braga: Universidade do Minho, pp. 199-206, 2002.

LOSEKANN, C. **A esfera pública Habermasiana**. Pensamento plural, Pelotas, p. 37-57, 2009.

LOURENÇO, A. L. **Rádios comunitárias como arenas públicas**. 149 f. Dissertação (Mestrado) –FAAC/Unesp, 2010.

MAIA, R. **Redes cívicas e Internet: do ambiente informativo denso às condições da deliberação pública**. In. EISENBERG, José & CEPIK, Marco (Org.). Internet e Política: teoria e prática democrática eletrônica. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

MACHADO, E. **Jornalismo digital, Os desafios da produção descentralizada**. Observatório da Imprensa. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_desafios_da_producao_descentralizada> Acessado em 25 set. 2015

MARCONDES, Valéria. **Novas tecnologias de conexão e o futuro da esfera pública. Trabalho apresentado no Intercom Sul**. CDRom: Passo Fundo, 2007.

METZGAR, E.; KURPIUS, D.; ROWLEY, K.. **Defining Hyperlocal Media: Proposing a Framework for Discussion**. Annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 22, 2010 Disponível em <http://citation.allacademic.com/meta/p404999_index.html > Acesso em: 23 jul. 2016.

MORAES, D.; RAMONET, I.; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação.** Tradução: Karina Patrício. São Paulo: BOITEMPO; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

O'DONNELL, G. **A democracia na América Latina:** rumo a uma democracia de cidadãos e cidadãs. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. (PNUD-ONU), 2004. Disponível em: <www.pnud.org.br/pdf/TextoProddal.pdf> Acesso em: 22 dez. 2015.

ORTIZ, R. **Mundialização da Cultura.** 5ª reimp. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.

PALACIOS, M. A Internet como mídia e ambiente. Reflexões a partir de um experimento de rede local de participação. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (Orgs.). **Mídia, Esfera Pública e identidades coletivas.** Belo Horizonte: UFMG. Coleção: Humanitas, 2006.

PATROCÍNIO, T. Educação e cidadania glocal. **Cidades e Regiões Digitais: Impacte nas Cidades e nas Pessoas,** Porto: Fundação Fernando Pessoa, 2003.

PERUZZO, C. M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação e Sociedade,** São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, A. 26, n. 43, 2005.

PORTO-GONÇALVES, C. W. A nova questão agrária e a reinvenção do campesinato: o caso do MST. **Geografias (UFMG),** v. 1, n. 1, p. 7-25, 2005.

POTTS, C. The expressive dimension. **Theoretical linguistics,** v. 33, n. 2, p. 165-198, 2007.

RAMOS, M. C.; SANTOS, S. dos. **Políticas de Comunicação.** Buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007.

RIBEIRO, J. C. **Sempre alerta:** condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Olho D'água, 1994.

ROBERTSON, R. **Globalização: teoria social e cultura global.** Petrópolis: Vozes, 1999.

ROCHA, J. M. **O 'glocal' no ciberjornalismo regional:** análise dos sítios de webnotícias de Dourados. 2014. 204 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso do Sul. 2014.

SÁ MARTINO, L. M. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2014.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** Petrópolis: Vozes, 2000.

SARTORI, G.. **A teoria da democracia revisitada.** Vol. 1. O debate Contemporâneo. São Paulo: Ed. Ática, 1994a.

SARTORI, G.. **A teoria da democracia revisitada.** Vol. 2. As questões clássicas. São Paulo: Ed. Ática, 1994b.

SCHAFFER. **Citizen Media: Fad or the Future of News? The Rise and Prospects of Hyperlocal Journalism**, 2008. Disponível em:
<http://www.jlab.org/_uploads/downloads/citizen_media-1.pdf> Acessado em 15 de dez. 2015

SERRA, S. A produção de notícias e a Esfera Pública internacional. In: FAUSTO NETO, Antonio et al. (Org.). **Práticas midiáticas e espaço público.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001. v. 1. p. 83-112.

SHAW, D. **Really Local.** American Journalism Review, 2007. Disponível em:
<<http://www.ajr.org/Article.asp?id=4308>> Acessado em 17 maio de 2015

SOARES, F. N. R.. O conceito de glocal e as práticas jornalísticas em agências de notícias, correspondentes internacionais e portais regionais. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 1, n. 02, 2015.

TEIXEIRA, P. B. Conflitos da vida moderna: ética, comunicação e crise. **Revista Eletrônica da Pós-Graduação da Cásper Líbero**, v. 2, n. 1, p. 1-9, 2010.

VARELA, A. **Informação e autonomia: a mediação segundo Feuerstein.** Senac, 2007.
RECUERO, R. **Mais blogs e jornalismo.** 2004. Disponível em
<http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/jornalismo_digital_redes_sociais_e_informacao.html> Acesso em 10 jan. 2016

VIEIRA, J. R. de C. **O jornalismo de proximidade na era digital: análise funcional da edição online do Jornal da Mealhada.** 215 f. Dissertação (Mestrado), Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2009. Disponível em:

<<http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf>> Acesso em: 22 de jun. 2015

VIZEU, A.; ROCHA, H.; MESQUITA, G. O Cidadão como Coprodutor da Notícia: Novos Desafios ao Jornalismo. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul**, 2010.

WALZER, M. **Thick and Thin: Moral Argument at Home and Abroad**. Notre Dame: University of Notre Dame Press. 1994

WALZER, M. **Toward a Global Civil Society**. Providence: Berghahn Books. 1995

WILLIAMS, A. **The state of UK hyperlocal community news: findings from a survey of practitioners**. 2005. Disponível em: <<http://orca.cf.ac.uk/68425/>>. Acesso em jun. 2016

WIMMER, M. **Direitos, democracia e acesso aos meios de comunicação de massa**. 2012. 310 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2012

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Rio de Janeiro: Bookman, 2015.

YOUNG, I. M. **Inclusion and democracy**. New York: Oxford University Press, 2000.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Entrevista semiestrutura realizada com HPA

1. Como você avalia a posição do Mafuá do HPA no contexto da mídia local bauruense?

Resposta: Mantenho o mafuá desde 2007 e a intenção desde o início era escrever de tudo, um texto por dia, mostrando meu jeito de encarar as coisas todas á minha volta. Na ânsia de escrever e ciente de quem nem tudo pode ser publicado pela aí, criei o mafuá. Nesses anos todos acredito ter conquistado algo de bom, ajudei muitos e a maior alegria que tenho é quando cruzo com alguém e esse me diz: Te sigo. Nunca olhei esses gráficos para ver se sou bem visto, quantos me espiam diariamente. Não tenho tempo para essas coisas, minha vida sempre foi muito corrida. Mas te confesso, pelo que ouço nas contínuas andanças percebo que alguma penetração (ui) o danado conseguiu atingir e isso muito me envaidece. Mas não passa disso.

2. Você considera o blogue Mafuá do HPA como um formador de opinião e de interferência na opinião publica no contexto de inserção na comunidade bauruense?

Resposta: Será que sou tudo isso. Talvez sim, talvez não, depende do ponto de vista. Sou um senhor, mas não com esse enquadramento formal que a maioria possui. Desbocado, quase descompromissado e procurando se antenar mais e mais, sem preconceitos e fuçador, como tatu. Se consegui alguma coisa nesse tempo todo isso se deve por ter sempre trilhado o bom caminho, o acertado. Isso não quer dizer que não piso em falso, nem ando em erradas, pois isso é algo normal para mim, o que digo é que por escrever de tudo, me meter em cada assunto que muitos nem ousam tocar, acredito ter conseguido algo de bom. Numa porcentagem bem pequena, vejo que me respeitam e nem por causa disso me tornei um cidadão mais sério. Estou fora dos enquadramentos ditos normais, ou pelo menos assim me vejo.

3. Como são definidos os assuntos de aspecto local para publicação no Mafuá do HPA sendo que há um público leitor na internet que não necessariamente pertence ao espaço geográfico relatado?

Resposta: Tudo vai pela quantas anda minha cabeça naquele determinado dia. Gosto muito de cutucar poderosos, os tais donos do poder, os mandarins dessa cidade e fazer isso não tem preço, ou seja, pago um preço. Já fui processado duas vezes e tudo por algo escrito aqui, mas em ambas me saí bem. Eu, assim como todos, tenho um lado e dele não me afasto. Meus assuntos são na defesa desse lado, o que considero correto. Meus temas são versando sobre isso, sobre o mundinho daqui, mas com uma conotação mais global. O cara l~e do cara daqui, mas percebe que foi sacado para algo muito maior. E os temas vão pintando de acordo com o dia a dia. Privilegio temas mais simples e adora escrever das pessoas ditas do Lado B daqui e do mundo.

4. Como o Mafuá do HPA se utiliza das características próprias da internet, tais como a utilização de links, de comentários dos internautas, vídeos, compartilhamentos, entre outros?

Resposta: Vou utilizando o que tenho nas mãos no momento. Nunca fui um bom desbravador de tecnologia internética, apanho muito, mas me aproprio do que consigo alcançar. Se leio algo interessante ali e acho que posso aproveitar, publico e dou meu pitaco final, uma apimentada a mais. Sou um dos únicos que até hoje continua permitindo a publicação de comentários anônimos. Recebo muita provocação, ofensas e até ameaças, mas ainda vale a pena, pois junto vem muita denúncia de gente que para escrever não pode se identificar. E de vez em quando perco também a boa com os inconsequentes, mas tento levar tudo numa boa. A rede é algo para ser utilizado em conjunto, eu gileteio algo daqui, outros colam algo meu e vida que segue. Faço muito isso, mas cito sempre a fonte.

5. Qual é a porcentagem de publicação própria diante de tudo que é reproduzido no Mafuá? Como tem sido a audiência desses conteúdos?

Resposta: Escrever todo santo dia dói, mas vira vício. E quem escreve muito, acaba padecendo de em alguns dias escrever besteira. Nem todo dia a inspiração está afiada. Tem dias que tenho um monte de assunto e tenho que escolher e noutros é a maior dificuldade para encontrar um. Aproveito muita coisa de outros, mas acredito que mais de 70% do que sai publicado é de minha própria verve.

6. Como o Mafuá considera a participação do seu leitor na construção de conteúdos?

Resposta: Ajuda e muito. Ninguém faz nada sozinho. Quando recebo sugestões procuro sempre atender. Em algumas publico e depois me arrependo, pois vejo que o assunto não era pertinente para estar no mafuá, mas não podia deixar de atender um pedido de dileto amigo. Elogio muito pessoas, os que valem a pena, mas não elogio ninguém que não goste e nem recebo para escrever de ninguém. Tudo sai de parto natural e as cesarianas só acontecem de vez em quando. Por incrível que parece, sou muito parado na rua e isso é algo pelo qual me derreto todo.

7. Mesmo com ampla inserção na comunidade, o blogue se mantém com sua estrutura tradicional, simples diante da complexidade de muitos sites, e isento de patrocínio. Essa é uma tendência no modelo ou há previsão de monetização e profissionalização dos processos?

Resposta: Nunca imaginei ganhar grana com o que faço e nem acho que alguém iria investir no modelo que pratico, com cutucões a torto e a direito. Perceba que mantenho a mesma página de abertura desde o começo e não mudei por não saber como alterar. Podia até mudar, mas se está bom assim, penso sempre duas vezes e tudo continua como dantes. A simplicidade é o que me move. Não sou um cara de salamaleques e rococós. Blog para mim é isso, pelo menos o meu eu quero que ele tenha a minha cara e acredito que o mafuá tenha. Muitos me chamam na rua de “Mafuá” e não vejo demérito nisso. Para mim é até uma forma legal de reconhecimento. Não sei até quando vai perdurar esse modelo de blog livres e com custo livre na internet. Vou tocando o barco ao meu modo e jeito, sem grandes compromissos. Nem salvar tudo o que já publiquei eu ainda fiz e sei que tudo pode se perder de uma hora para outra. Se alguém me ajudasse ficaria muito contente. Já tive imensas alegrias com alguns textos do blog, assim como algumas tristezas, mas no frigidar dos ovos, não sei mais como parar. E assim, toco o barco, piso no acelerador e a coisa continua, sem grandes arroubos e quase nada de modernidade. Prometo que um dia aprendo algo novo e incremento o blog, mas me falta tempo, pois minha vida é bater escanteio e correr para fazer gol. Você percebeu isso nos dias em que demorei para te responder essas poucas perguntas.

Deixo uma pergunta minha para ti, caro Giovanni: Posso publicar isso no blog? Não é todo dia que alguém se interessa pelo blog. Veja aí e me avise.

Abracitos do HPA

APÊNDICE B – Reprodução da entrevista original

Pesquisa Mafuá PHA

Henrique Aquino <mafudadhpa@gmail.com>

16 de maio de 2016 19:59

Para: Giovani Vieira Miranda <giovani.vieira.miranda@gmail.com>

GIOVANI, AS RESPOSTAS:

1. Como você avalia a posição do Mafuá do HPA no contexto da mídia local bauruense?

Resposta: Mantenho o mafuá desde 2007 e a intenção desde o início era escrever de tudo, um texto por dia, mostrando meu jeito de encarar as coisas todas á minha volta. Na ânsia de escrever e ciente de quem nem tudo pode ser publicado pela aí, criei o mafuá. Nesses anos todos acredito ter conquistado algo de bom, ajudei muitos e a maior alegria que tenho é quando cruzo com alguém e esse me diz: Te sigo. Nunca olhei esses gráficos para ver se sou bem visto, quantos me espiam diariamente. Não tenho tempo para essas coisas, minha vida sempre foi muito corrida. Mas te confesso, pelo que ouço nas continuas andanças percebo que alguma penetração (ui) o danado conseguiu atingir e isso muito me envaidece. Mas não passa disso.

2. Você considera o blogue Mafuá do HPA como um formador de opinião e de interferência na opinião publica no contexto de inserção na comunidade bauruense?

Resposta: Será que sou tudo isso. Talvez sim, talvez não, depende do ponto de vista. Sou um senhor, mas não com esse enquadramento formal que a maioria possui. Desbocado, quase descompromissado e procurando se antenar mais e mais, sem preconceitos e fuçador, como tatu. Se consegui alguma coisa nesse tempo todo isso se deve por ter sempre trilhado o bom caminho, o acertado. Isso não quer dizer que não piso em falso, nem ando em erradas, pois isso é algo normal para mim, o que digo é que por escrever de tudo, me meter em cada assunto que muitos nem ousam tocar, acredito ter conseguido algo de bom. Numa porcentagem bem pequena, vejo que me respeitam e nem por causa disso me tornei um cidadão mais sério. Estou fora dos enquadramentos ditos normais, ou pelo menos assim me vejo.

3. Como são definidos os assuntos de aspecto local para publicação no Mafuá do HPA sendo que há um público leitor na internet que não necessariamente pertence ao espaço geográfico relatado?

Resposta: Tudo vai pela quantas anda minha cabeça naquele determinado dia. Gosto muito de cutucar poderosos, os tais donos do poder, os mandarins dessa cidade e fazer isso não tem preço, ou seja, pago um preço. Já fui processado duas

25/07/2016

Gmail - Pesquisa Mafuá PHA

vezes e tudo por algo escrito aqui, mas em ambas me saí bem. Eu, assim como todos, tenho um lado e dele não me afasto. Meus assuntos são na defesa desse lado, o que considero correto. Meus temas são versando sobre isso, sobre o mundinho daqui, mas com uma conotação mais global. O cara l-e do cara daqui, mas percebe que foi sacado para algo muito maior. E os temas vão pintando de acordo com o dia a dia. Privilegio temas mais simples e adora escrever das pessoas ditas do Lado B daqui e do mundo.

4. Como o Mafuá do HPA se utiliza das características próprias da internet, tais como a utilização de links, de comentários dos internautas, vídeos, compartilhamentos, entre outros?

Resposta: Vou utilizando o que tenho nas mãos no momento. Nunca fui um bom desbravador de tecnologia internética, apanho muito, mas me aproprio do que consigo alcançar. Se leio algo interessante ali e acho que posso aproveitar, publico e dou meu pitaco final, uma apimentada a mais. Sou um dos únicos que até hoje continua permitindo a publicação de comentários anônimos. Recebo muita provocação, ofensas e até ameaças, mas ainda vale a pena, pois junto vem muita denúncia de gente que para escrever não pode se identificar. E de vez em quando perco também a boa com os inconsequentes, mas tento levar tudo numa boa. A rede é algo para ser utilizado em conjunto, eu gileiteio algo daqui, outros colam algo meu e vida que segue. Faço muito isso, mas cito sempre a fonte.

5. Qual é a porcentagem de publicação própria diante de tudo que é reproduzido no Mafuá? Como tem sido a audiência desses conteúdos?

Resposta: Escrever todo santo dia dói, mas vira vício. E quem escreve muito, acaba padecendo de em alguns dias escrever besteira. Nem todo dia a inspiração está afiada. Tem dias que tenho um monte de assunto e tenho que escolher e noutros é a maior dificuldade para encontrar um. Aproveito muita coisa de outros, mas acredito que mais de 70% do que sai publicado é de minha própria verve.

6. Como o Mafuá considera a participação do seu leitor na construção de conteúdos?

Resposta: Ajuda e muito. Ninguém faz nada sozinho. Quando recebo sugestões procuro sempre atender. Em algumas publico e depois me arrependo, pois vejo que o assunto não era pertinente para estar no mafuá, mas não podia deixar de atender um pedido de dileto amigo. Elogio muito pessoas, os que valem a pena, mas não elogio ninguém que não goste e nem recebo para escrever de ninguém. Tudo sai de parto natural e as cesarianas só acontecem de vez em quando. Por incrível que parece, sou muito parado na rua e isso é algo pelo qual me derreto todo.

7. Mesmo com ampla inserção na comunidade, o blogue se mantém com sua estrutura tradicional, simples diante da complexidade de muitos sites, e isento de

25/07/2016

Gmail - Pesquisa Mafuá PHA

patrocínio. Essa é uma tendência no modelo ou há previsão de monetização e profissionalização dos processos?

Resposta: Nunca imaginei ganhar grana com o que faço e nem acho que alguém iria investir no modelo que pratico, com cutucões a torto e a direito. Perceba que mantenho a mesma página de abertura desde o começo e não mudei por não saber como alterar. Podia até mudar, mas se está bom assim, penso sempre duas vezes e tudo continua como dantes. A simplicidade é o que me move. Não sou um cara de salamaleques e rococós. Blog para mim é isso, pelo menos o meu eu quero que ele tenha a minha cara e acredito que o mafuá tenha. Muitos me chamam na rua de "Mafuá" e não vejo demérito nisso. Para mim é até uma forma legal de reconhecimento. Não sei até quando vai perdurar esse modelo de blog livres e com custo livre na internet. Vou tocando o barco ao meu modo e jeito, sem grandes compromissos. Nem salvar tudo o que já publiquei eu ainda fiz e sei que tudo pode se perder de uma hora para outra. Se alguém me ajudasse ficaria muito contente. Já tive imensas alegrias com alguns textos do blog, assim como algumas tristezas, mas no frígir dos ovos, não sei mais como parar. E assim, toco o barco, piso no acelerador e a coisa continua, sem grandes arroubos e quase nada de modernidade. Prometo que um dia aprendo algo novo e incremento o blog, mas me falta tempo, pois minha vida é bater escanteio e correr para fazer gol. Você percebeu isso nos dias em que demorei para te responder essas poucas perguntas.

Deixo uma pergunta minha para ti, caro Giovanni: Posso publicar isso no blog? Não é todo dia que alguém se interessa pelo blog. Veja aí e me avise.

Abracitos do HPA

[Texto das mensagens anteriores oculto]

APÊNDICE C – Questionário aplicado

Pesquisa Mafuá do HPA

Esta pesquisa tem como finalidade desenvolver um estudo sobre o blogue Mafuá do HPA (www.mafuadadohpa.blogspot.com.br), de autoria do jornalista Henrique Perazzi de Aquino, e tem como responsável o mestrando Giovani Vieira Miranda. Solicita-se que apenas os conhecedores do blogue e receptores de seus conteúdos respondam as questões de múltipla escolha.

***Obrigatório**

1. Nome (não é obrigatório se identificar)

.....

2. Bairro *

.....

3. Sexo: *

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

4. Idade:

Marcar apenas uma oval.

0 a 10 anos

11 a 20 anos

21 a 30 anos

31 a 40 anos

41 a 50 anos

Mais de 50 anos

5. Como conheceu o blogue Mafuá do HPA? *

Marcar apenas uma oval.

Redes sociais

Conhecidos

a partir do seu autor

Outro:

6. Como você avalia a produção de conteúdo do blogue? *

Marcar apenas uma oval.

Excelente

Boa

Ruim

Outro:

7. Porque você acessa o Mafuá? **Marcar apenas uma oval.*

- Pelas matérias postadas
- Porque conhece e acredita no responsável pelo site
- Uma opção de site com visão diferenciada em Bauru
- Porque aparece na minha rede social
- Outro:

8. Você costuma se informar mais pelo Mafuá do que pelas demais mídias de Bauru? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Uso o Mafuá como fonte alternativa
- Não sei responder
- Outro:

9. Você considera os assuntos abordados relevantes para o seu dia-dia e para o dia-dia da sua comunidade? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não
- Não sei responder
- Outro:

10. Você costuma contribuir na produção dos assuntos? **Marcar apenas uma oval.*

- Sim, com frequência envio sugestões
- Sim, muito raramente
- Não, nunca fiz nenhuma sugestão
- Gostaria, mas não sei como
- Outro:

11. O que você mudaria no Mafuá? **Marcar apenas uma oval.*

- A estrutura do blogue (layout)
- A utilização de imagens, vídeos e links
- A frequência da postagem de reportagens inéditas
- Novos estilos de quadros
- A vinculação do blogue com as mídias sociais
- Outro: