

Conexões entre o hiperlocal e o jornalismo investigativo: algumas reflexões e observações¹

Connections between the hyperlocal and the investigative journalism: some reflections and observations

José Carlos Fernandes²
Myrian Regina Del Vecchio de Lima³

Resumo: Este texto associa a prática do jornalismo hiperlocal à prática do jornalismo investigativo, de modo a destacar as essencialidades de cada uma delas. Tem como premissa o entendimento de que o “hiperlocal” está sintonizado com o jornalismo cidadão e com o jornalismo cívico e que estes exigem vínculo com a cidade e suas comunidades, o que leva tempo e custa caro, situação coincidente a do jornalismo investigativo. São vários os paralelos. Ambos, por exemplo, detêm-se no “que está acontecendo” mais do que no “o que aconteceu” e entende-se que o bom localismo é degrau para a investigação. A reportagem investigativa, por seu turno, hoje dispõe de todo o aparato tecnológico digital que facilita a produção, distribuição e acesso a conteúdos e ao se avizinhar da prática hiperlocal pode contar com o acréscimo de saberes específicos, como mobilização da comunidade e empoderamento social. Utilizamos para esta reflexão leitura bibliográfica atualizada sobre a temática; e exemplos de observação participante em reportagens locais (Curitiba, PR).

Palavras-Chave: Jornalismo investigativo. Jornalismo hiperlocal. Jornalismo cidadão.

Abstract: This text associates the practice of hyperlocal journalism to investigative journalism, in order to highlight their essentialities. There is a premise that the

¹ Trabalho apresentado no II Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, realizado na Universidade Anhembi-Morumbi, cidade de São Paulo, entre 2 e 4 de julho de 2015.

² Universidade Federal do Paraná, Departamento de Comunicação Social. Doutorado em Estudos Literários (UFPR, 2012). Mestrado em Estudos Literários (UFPR, 2006). Email: josecarlosfernandes@terra.com.br
Facebook: <https://www.facebook.com/josecarlos.fernandes.923>

³ Universidade Federal do Paraná, Departamento de Comunicação Social. Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento (UFPR, 2002) e Mestrado em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo, 1992). Email: myriandel@gmail.com. Facebook: <https://www.facebook.com/myrianregina>

"hyperlocal" understanding is associated with the citizen and civic journalism and that this requires bond with the city and its communities, which takes time and costs money, matching the situation of investigative journalism. There are several parallels. Both, for example, hold in the "what's happening" on "what happened" and means that the good localism is rung for the investigation. The investigative reporting today has all the technological apparatus that facilitates digital production, distribution and access to content and approach of research practice hyperlocal can count on adding specific knowledge, such as community mobilization and social empowerment. We use for this reflection bibliographic updated on reading; and examples from participant observation in local reports (Curitiba, PR).

Keywords: Investigative Journalism. Hyperlocal Journalism. Citizen Journalism.

.....
Introdução

Este texto de caráter qualitativo associa a prática do chamado jornalismo hiperlocal ao jornalismo investigativo. Propõe-se a refletir sobre aspectos do jornalismo contemporâneo, de modo a destacar e confrontar as essencialidades de cada uma das especializações jornalísticas aqui analisadas. A reflexão parte de duas premissas: a de que o “hiperlocal” está associado ao jornalismo cidadão e ao jornalismo cívico; e de que vários aspectos aproximam o jornalismo hiperlocal do jornalismo investigativo.

No entendimento de Baldessar et al (2013, p. 53), o conceito de jornalismo hiperlocal emerge “quando um jornal foca esforços de cobertura em uma determinada comunidade, seja ela geográfica ou não, assumindo uma posição de relevância dentro desse território, a partir do conhecimento prévio da área em que quer se especializar.”

Ao valorizar o espaço local em termos de cobertura, o jornalismo obedece a uma dupla lógica: a primeira, aquela que advém dos princípios dos valores-notícia (critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos), sendo que entre eles é fundamental o da proximidade, “sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais” (TRAQUINA, 2008, p. 80). E a outra, aquela que advém dos intensos fluxos socioeconômicos e culturais impostos pelo processo de globalização mais recente, que permite a emergência de uma dimensão “glocal”, entendida como espaço de tensionamentos entre imposições hegemônicas globais e atitudes e ações contra-hegemônicas locais, ou de resistência do local ao global, sem que, no entanto, este local deixe de estar integrado ao processo geral de globalização, de onde decorrem benfeitorias ou perversidades econômicas e sociais.

Ao focar sua produção de notícias numa determinada região – em especial nas grandes conurbações urbanas – os jornais poderiam praticar de forma produtiva o chamado “modelo de influência” (MEYER, 2007) – como resposta ao intenso processo de globalização e à pulverização de meios informativos. Atingiriam, do particular para o geral, problemas de escala planetária, como os relacionados ao meio ambiente e à violência, entre outros que encontram soluções nas cidades. Nessa perspectiva, o hiperlocal afina-se com o “glocal” ou com identificações híbridas, como coloca Hall (2002).

A baixa aderência do termo “hiperlocal” na imprensa do Brasil talvez se deva ao desconhecimento de sua polissemia, incluindo a capacidade de promover uma urgente “sociologia urbana” nas lides da imprensa, nos moldes do que explorou a Escola de Chicago (BERGER e MAROCCO, 2008). Essa recusa promove um descompasso.

O “hiperlocal” ganhou fôlego em meados dos anos 1990 (MEYER, 2007; KOVACH; ROSENSTIEL, 2003), com pesquisas internacionais sobre o impacto da internet nos meios impressos. Nestas pesquisas, tal prática aparece como “recomendação” para uma dezena de empresas jornalísticas brasileiras que recorreram à consultoria da Universidade de Navarra (Espanha), fazendo dela uma espécie de “socorrista”. Tais iniciativas tiveram vida curta no país, talvez por causa de uma questão paralela — a imprensa distorce o termo “jornalismo cidadão” ao qual muitas vezes o hiperlocal está associado (PRADO e BECKER, 2011), confundindo-o com alguns primarismos do jornalismo popular.

Ora, o jornalismo cidadão – e também o “jornalismo cívico” – exigem vínculo com a cidade e suas comunidades, ou seja, com o hiperlocal, o que leva tempo e custa caro, situação coincidente à do jornalismo investigativo. São vários os paralelos. Ambos, por exemplo, detêm-se no “que está acontecendo” mais do que no “o que aconteceu” (SODRÉ, 2009), inversão que serve de gatilho para mudanças profundas no fazer da imprensa.

Some-se que o jornalismo hiperlocal, nos moldes do jornalismo cívico e do jornalismo cidadão, dialoga com a sociedade organizada (TRAQUINA; MESQUITA, 2003, p. 19) e ali cativa suas fontes, etapa primordial do jornalismo investigativo. A prática hiperlocal de observar urbanidades, num sentido etnográfico, para além da cultura “presentificada” das outras editoriais de “Geral”, confirma que o bom localismo é degrau para a investigação (NASCIMENTO, 2010, p. 14).

A reportagem investigativa, hoje, dispõe de todo o aparato tecnológico digital que facilita a produção, distribuição e acesso a conteúdos. Ao se avizinhar da prática investigativa, o hiperlocal pode contar com o acréscimo de saberes, como a mobilização da comunidade e o empoderamento social, fundamentais para que a investigação extrapole as demandas do Ministério Público (NASCIMENTO, 2010, p. 57).

Do ponto de vista metodológico, utilizamos para esta reflexão leitura bibliográfica atualizada sobre a temática; e reflexões baseadas na observação participante em reportagens locais (Curitiba, PR) que ilustram o recorte que aqui se pretende. Divide-se o texto, em quatro tópicos: 1) Articulações entre o global e o local; 2) Aproximações entre o jornalismo hiperlocal e jornalismo cidadão; 3) O hiperlocal e o jornalismo investigativo: similaridades. 4) Práticas de jornalismo investigativo hiperlocal. Nas considerações finais, pergunta-se as razões pelas quais tais práticas têm pouca repercussão no jornalismo brasileiro.

1. Articulações entre o global e o local

Ao se debater os diversos aspectos do jornalismo contemporâneo, deve-se lembrar que esta manifestação sociocultural se insere na teia dos fluxos que atravessam, céleres, um cenário de globalização de intensidade inédita na história humana. Como afirma Vaz (2013), configura-se hoje um “jornalismo na correnteza”, cujas “verdades” divulgam e compartilham crenças que se transformam em senso comum, sendo que “o senso comum da sociedade de mercado segue os princípios comerciais das trocas quantificadas e da competição” (VAZ, 2013, p. 22).

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).

Tal oligopólio comunicacional representa um dos pilares da globalização, ao produzir narrativas homogêneas que influenciam escolhas econômicas, sociais e culturais, modelando as práticas de consumo. Entretanto, é nesse mesmo cenário homogeneizado pelas redes de

comunicação, que o jornalismo hiperlocal pode se evidenciar como estratégia diferenciada, com potencial para elaborar discursos baseados em contextos culturais específicos; este jornalismo se insere no que podemos chamar de “glocalismo”, termo que se refere, genericamente, “a uma estratégia global que não procura impor um produto ou imagem padronizada, mas que, ao invés, se ajusta às demandas do mercado local” (FEATHERSTONE, 1990, p. 25).

Ao se falar de um jornalismo hiperlocal é preciso perceber o que significa efetivamente esta localização exacerbada em um cenário globalizado, que estrategicamente, busca se camuflar, ou se adaptar, em especial com relação ao circuito de produção e consumo no âmbito das hibridações do “glocalismo”, para se manter como instância viável de negócios destinada a um público que também se caracteriza como global/local, com identificações culturais híbridas. A palavra-chave é “comunidade”.

“Comunidade é nos dias de hoje outro nome do paraíso perdido – mas a que esperamos ansiosamente retornar, e assim buscamos febrilmente os caminhos que podem nos levar até lá” (BAUMAN, 2003, p. 9). Um dos sentimentos prementes do século XXI é de que onde o Estado fracassou, a comunidade pode suprir – ela é palpável se for local, territorialmente delimitada. Pode não fazer muito sentido para as elites – que entendem “comunidade” como um lugar de isolamento e vigiado. Essa distorção – chamada de “política do medo cotidiano” (BAUMAN, 2003, p. 104) – é com certeza um aspecto sombrio do localismo. O que poderia ser interesse comunitário não passaria de cerceamento e banimento do outro. Mas via de regra, é nesses parâmetros mais ou menos imperfeitos que o conceito de comunidade se desenvolve. Ele se refere a interesses restritos, mas se redime nos interesses urbanos, nos quais os elos comuns podem ser reatados.

Em artigo alusivo às eleições municipais de 2012 no Brasil, o publicitário Nizan Guanaes chamou atenção para a emergência dos debates que acontecem nas cidades. São, a seu ver, mais importantes do que as grandes discussões globais. É nas metrópoles que os grandes temas ambientais e sociais encontram suas soluções, atingindo o dia a dia do cidadão. Nesse sentido, a ação do prefeito de Nova Iorque ou de Londres teria mais impacto sobre o mundo do que a do presidente da França. Pode parecer exagero, mas é certo que se impasses como o do lixo ou a violência forem oxigenados no âmbito municipal, essas

articulações encontrarão ecos nacionais. Logo, os debates locais são, por extensão, debates globais (GUANAES, 2012).

Para Sousa Santos, “o paradigma da localização não implica necessariamente a recusa de resistências globais ou translocais. Põe, no entanto, o acento tônico na promoção das sociabilidades locais” (SOUSA SANTOS, 2005, p. 73). O autor destaca a posição de Norberg-Hodge (1996), que distingue estratégias que buscam combater a expansão excessiva da globalização, por meio de intermediações e negociações político-institucionais, de outras que buscam opções reais para populações reais. Estas últimas são as mais importantes para ambos os autores, pois se concretizam por meio de iniciativas locais e de pequena escala marcadas pela diversidade cultural, de acordo com os contextos e o meio ambiente de cada lugar (SOUSA SANTOS, 2005).

Ressalte-se que não existe uma “globalização genuína” diante das condições do sistema mundial, mas sim “uma globalização bem-sucedida de determinado localismo” (SOUSA SANTOS, 2005). Com isso, o autor quer dizer que em toda condição global existe uma raiz local, uma cultura específica inserida no processo. Em suma, as estratégias do “glocalismo” se estabelecem para garantir o fluxo intenso e instantâneo do consumo, material ou cultural, “em virtude do sentimento nacionalista que muitas vezes emerge do processo de localização” (AVELAR, 2011, p. 94). Por meio desta valorização do local articulado com o global também se garante uma bem-sucedida “hibridação das culturas em tempo real” (*Idem*).

No âmbito deste fluxo-refluxo de influências local-global, já em 1992 Hall (2002) afirmava haver juntamente com o impacto do “global” um novo interesse pelo “local” (p. 77). Mas que este interesse não deve ser visto de forma ingênua, pois como já afirmamos, trata-se de uma estratégia de criação de “nichos” de mercado, explorando a “diferenciação local” (*Idem*, p. 77) — daí o termo *articulação* ser muito conveniente entre as duas esferas, sem esquecer que o local atua na lógica da globalização, o que para Stuart Hall vai provocar “novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’” (2002, p. 78).

Assim, nas cenas socioculturais locais, ou seja, no âmbito do “localismo”, do “glocal” ou do “glocalismo”, o jornalismo, mesmo sendo uma manifestação e produto social desta paisagem multifacetada chamada globalização, permanece, mais do que nunca, como

formatador de uma narrativa intrinsecamente ligada à urbe, ao cidadão e à cidadania, apesar de ter limites marcadamente impostos:

O jornalismo nasce inspirado nos ideais do Iluminismo e do Racionalismo, a partir dos quais o homem adquire centralidade nas decisões dos rumos da sociedade. É uma narrativa da urbanidade, da polis, do cidadão e da cidadania, mas delimitada pelos valores do liberalismo econômico (FIGARO, 2013, p. 9).

No momento atual em que as práticas jornalísticas e suas rotinas de produção e recepção são bastante alteradas pelo uso intensivo das tecnologias digitais interativas em tempo real e pelos dispositivos móveis de convergência, a concentração e o monopólio das grandes empresas jornalísticas parecem conduzir estas narrativas, inapelavelmente, para os fluxos de uma comunicação global e hegemônica. Entretanto, são as mesmas tecnologias em rede que, paradoxalmente, podem turbinar o jornalismo hiperlocal que se expande e vai se sintonizar com as práticas do jornalismo cidadão e do jornalismo cívico, encetadas especialmente nos meandros das complexas comunidades urbanas.

Metzgard et al. (2011) assinalam que as mídias denominadas hiperlocais têm sido descritas como uma mistura de cívicas, comunitárias, ligadas às questões públicas e ao jornalismo alternativo, em uma combinação com as características interativas e de transmissão instantânea da Web 2.0. Os autores alertam que, entretanto, a definição permanece vaga, imprecisa. Diante desta indefinição, estabelecem que as práticas da mídia hiperlocal representam “operações que são geograficamente situadas, voltadas para a comunidade, com relatos de notícias originais de organizações locais direcionadas para web e destinadas a preencher as lacunas percebidas na cobertura de um problema ou região, e promover a participação cívica”⁴ (METZGARD et al, 2011, p. 775).

No âmbito deste 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.

⁴ Tradução livre de: “Hyperlocal media operations are geographically-based, community-oriented, original-news-reporting organizations indigenous to the web and intended to fill perceived gaps in coverage of an issue or region and to promote civic engagement.” (METZGARD et al., 2011, p. 775).

2. Jornalismo hiperlocal: mediações digitais e cidadania

O vínculo do jornalismo com a cidade é histórico, mas nem sempre coincide com os reais interesses das comunidades urbanas periféricas, especialmente numa época em que as histórias de interesse global fascinam, ainda que se leve em conta a proximidade como valor-notícia e as diferenças que tornam o local uma instância de interesse do global.

O que parece ser válido para que o jornalismo cumpra seu papel social e cidadão é que construa narrativas sobre as comunidades e suas gentes, em especial nos grandes centros urbanos, onde essas comunidades enfrentam um rol infindável de problemas e conflitos ligados às questões socioeconômicas e socioambientais: da violência à poluição, vivenciadas no cotidiano.

Para além disso, há uma demanda jornalística permanente pelo evidência de questões locais de caráter cívico, mobilizadas nas comunidades urbanas por meio de coletivos de ação, associações de bairros, redes urbanas organizadas fisicamente e digitalmente, mobilizações específicas, lutas permanentes ou temporárias de grupos e pessoas injustiçadas, excluídas, assediadas, discriminadas etc.

Sob o ângulo das práticas, organizadas em rótulos que expressam especialidades, o jornalismo cidadão (às vezes chamado — corretamente ou equivocadamente — de jornalismo participativo, comunitário, colaborativo, de fonte aberta) parece se encontrar de forma manifesta com as práticas do jornalismo hiperlocal, nele se contendo, ou por ele sendo contido, numa amálgama de características e intencionalidades — mas não se pretende neste texto investigar diferenças/similitudes destas classificações.

Jornalismo tendo como centralidade as notícias locais não é nenhuma novidade. Castilho (2009) recorda que “o noticiário local está associado ao surgimento da imprensa” e cita os Penny Papers que mudaram a imprensa norte-americana no século XIX, ao oferecer uma alternativa até seis vezes mais barata que os grandes jornais da época e concentrar seu conteúdo em serviços e interesses de suas cidades, substituindo as assinaturas por publicidade paga, também local, como principal fonte de receita.

O jornalismo de cobertura local voltou no início do século XXI a ser preocupação da grande imprensa, em especial, como lembra Castilho (2009), “no auge da crise do modelo de negócio dos jornais, principalmente nos EUA. O segmento é visto como uma espécie de

“tábua de salvação”. Em artigo escrito para o site *Observatório da Imprensa* (<http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/jornalismo-hiperlocal-ganha-adeptos-na-grande-imprensa/>), em 5/03/2009, Castilho comenta que “o novo formato jornalístico acaba de ser ‘abençoado’ pelo jornal *The New York Times* (NYT), que lançou o projeto local, destinado a cobrir bairros da cidade de Nova Iorque, usando como principal matéria-prima informações fornecidas pelos leitores e moradores”.

Ao usar a expressão “novo formato jornalístico” para rotular a cobertura hiperlocal, Castilho não está se esquecendo de que o local sempre fez parte da cobertura noticiosa, mas, aponta a nova conjuntura em que o retorno ao local ocorre:

A cobertura comunitária tornou-se demasiado cara para ser executada apenas por jornalistas profissionais, tornando quase compulsória a participação do público como fornecedor de notícias. Mas não é apenas o fator econômico que torna relevante a colaboração dos leitores. As comunidades sociais são um **manancial de conhecimentos** essenciais na formulação de programas públicos para saúde, educação, moradia, segurança e transporte, capazes de contrabalançar a tendência dos burocratas de produzir projetos de escritório (CASTILHO, 2009).

Nos Estados Unidos, em especial, o hiperlocalismo corre paralelo com o conceito de “cidade inteligente”. As novas tecnologias de informação passam a ser usadas, de forma crescente, para suprir a falência das tradicionais relações de vizinhança. Nasce e cresce nos EUA um jornalismo de serviço, ocupado de aluguel de carros ou busca por empregados domésticos. Por trás dessa aparente “nova face do jornalismo de classificados”, porém, desenha-se uma “bolsa de valores comunitária” (DIMENSTEIN, 2011, p. C7). A tecnologia aproxima pessoas das comunidades e, ao aproximá-las, permite também que o jornalista conheça essas comunidades para além dos discursos sociais mais amplos. Bairros e pequenas cidades se revelam ao rés-do-chão – inclusive em sua força de pressão política.

A hiperlocalidade, à revelia de sua conotação passadista e paroquiana, ganha sentido inovador (*Idem*). É instrumento para conhecer cidades em transformação e contínuos deslocamentos. Ora, da maneira que se presta à sociologia e antropologia urbana, presta-se também aos expedientes investigativos do jornalismo. O “cidadão” participante da comunidade não demora, à sua maneira, em se converter em agente e fonte para pautas de maior fôlego político.

A partir desta lógica, grandes jornais internacionais, como o próprio *NYT*, passaram a cobrir localmente bairros e comunidades, “adaptando as normas básicas do exercício jornalístico e criando novas tendências em matéria de comunicação, refletindo avanços tecnológicos” (BRAVO, 2012, p. 22).

Nas páginas do site *About News* ([HTTP://www.about.com/newsissues/](http://www.about.com/newsissues/)), do portal *About.com*, o artigo *What is Hyperlocal Journalism?* (<http://journalism.about.com/od/citizenjournalism/a/hyperlocal.htm>), assinado pelo especialista em jornalismo Tony Rogers, descrevem-se características do jornalismo hiperlocal e suas aproximações com o jornalismo cidadão. O texto lembra que as notícias hiperlocais, de produção compartilhada entre cidadãos e jornalistas, são normalmente publicadas em sites, mas podem aparecer também em versões impressas dos grandes e médios jornais ou em plataformas independentes.

Além disso, as bases de dados locais (municipais) são frequentemente utilizadas para subsidiar informações em áreas como saúde e violência, por exemplo. Mas o interessante são alguns arranjos recentes que têm surgido na área: o site noticioso *The Local*, por exemplo, do *NYT*, coloca jornalistas profissionais para supervisionar e editar o trabalho de reportagem e coleta de informações realizados por estudantes ou por *free-lancers* locais; outro exemplo: o *The Times* tem parceria com o programa de jornalismo da *New York University* para criar um site de notícias que privilegia a cobertura do bairro novaiorquino do East Village, feita por estudantes e professores.

Matías Molina (2011) assinala que os 17 maiores jornais do mundo em termos de relevância são lidos pelas elites intelectuais e econômicas, por governantes e gestores, formadores de opinião, pela burguesia esclarecida. “Talvez sua maior força seja a capacidade de influir sobre a agenda de debates do país em que são editados” (MOLINA, 2007, p. 11). A circulação nas altas esferas, contudo, não implica em ausência nos debates locais. A preocupação com a comunidade é uma marca dos grandes, o que reforça o princípio da localidade como quesito para a notícia.

O *Asahi Shimbun* tem 44 sucursais e 239 escritórios espalhados por todo o Japão, onde trabalham mais de 1,2 mil jornalistas. Suas informações, com grande riqueza de detalhes sobre a vida das comunidades que cobrem, são publicadas diariamente em 200 edições locais, impressas em 22 pontos diferentes, o que permite uma rápida distribuição. Ao redor de 98% da circulação dos cerca de 12 milhões de exemplares correspondem a vendas por assinatura, um dado que revela a fidelidade dos leitores (MOLINA, 2007, p. 22).

O *The Washington Post* – conhecido pela cobertura do escândalo de Watergate, em 1974 – optou por voltar a ser um jornal de condado. Tem acento no cotidiano, na vida das comunidades e se destaca como o jornal de maior penetração nas regiões metropolitanas dos EUA. É assumidamente hiperlocal, a ponto de inovar, cobrindo esportes escolares, reuniões de pais nas escolas, sermões nas igrejas (MOLINA, 2007). O *Post* parece saber que o que é falado nos espaços comunitários tem maior fixação, mobiliza, pauta atitudes.

No Brasil, dois grandes jornais se destacam em fazer da hiperlocalidade um princípio – o *Zero Hora*, de Porto Alegre, e *O Globo*, do Rio de Janeiro. Ao tornarem sensível a cobertura local, ganham em imagem e representação junto aos leitores, que respondem a esse pacto (CORREIA JÚNIOR, 2009). As duas coisas andam juntas – ser local é ter um canal mais forte com o público, de modo a ouvi-lo – tanto em questões mezinhas quanto em questões de fundo.

Faz parte também da nova conjuntura, a realidade tecnológica contemporânea que permite que cidadãos sem formação jornalística possam atuar como repórteres, ao produzir e distribuir informações por meio de diversas plataformas de comunicação: mídias sociais como o Facebook e o Twitter, canais como blogs e Youtube, sites próprios ou pelo envio de colaborações informativas para veículos jornalísticos, impressos ou online (BARCELOS, 2011). A modalidade exige desapego dos profissionais com relação a alguns critérios de noticiabilidade e rotinas de produção; e a aceitação, nem sempre simples, de leigos (membros da comunidade) no processo de produção da notícia. O fator da viabilidade do negócio pesa nesta decisão de compartilhamento da produção das notícias entre cidadãos comuns e profissionais.

Como diz Baldessar (2010, p. 57): “A partir do conhecimento prévio da área em que quer se especializar, o foco em determinados locais nada mais é que a segmentação do veículo, conclamada como uma possível alternativa para o jornalismo em rede”. Mas, para

adentrar em uma comunidade é preciso ser aceito pelos seus membros, sendo assim, nada melhor do que contar com sua participação e apoio na produção de notícias sobre ela. Neste sentido é que Baldessar esclarece que o *crowdsourcing*, termo inglês para “força da massa”, se torna um recurso estratégico no processo, além de ser uma necessidade para produzir uma cobertura local mais investigativa, que contemple as relações sociais, econômicas e culturais do território em questão.

3. O hiperlocal e o jornalismo investigativo: similaridades

Entende-se que a investigação é intrínseca ao jornalismo, mas que ainda assim a expressão “jornalismo investigativo” está plena de sentido. Há uma especialização dessa natureza própria do jornalismo, a ponto de se tornar um nicho, com habilidades particulares (FORTES, 2010). Tem seus próprios contornos – nasce de um trabalho do repórter, é de grande relevância pública, o assunto não estava propriamente visível (NASCIMENTO, 2010). Todas as camadas do jornalismo hiperlocal – o cívico, o cidadão, o comunitário – contribuem, de forma quase redundante, para que uma investigação obtenha êxito.

O jornalismo do dia a dia – ainda que permaneça, em algum momento, identificado com “o buraco da rua” – avançou rumo a uma reflexão sobre o urbano, trazendo, de forma diuturna, o lado menos plácido da realidade contemporânea. Trata da falência das cidades, dos efeitos do desamparo social, das desproporções trazida pela nova onda de desigualdade social – que muitos países julgavam superada (JUDT, 2011). Glocalismo? Sim.

O efeito imediato dessa ordem social é a perda da confiança nas instituições – o que se reflete diretamente nas cidades. Mas não há como institucionalizar a confiança – ela só se constrói com uma noção mínima e comunidade. Não é conceito tranquilo: vive-se uma onda de impasses – entre eles a dificuldade em aceitar os imigrantes, os poucos laços com quem está próximo, o boom das “afinidades eletivas” – elas ligam a população ao que está a quilômetros de distância, mas essas pessoas não se esbarram na calçada, o lugar em que parte importante da vida acontece (JUDT, 2011).

Resta reatar os laços do cotidiano, da vida comum, como campo de possibilidade das transformações globais (NETTO CARVALHO, 2012). O jornalismo entende que a velha noção de um mundo dividido em editorias não dá conta das demandas dessa nova ordem. E

oscila – ora procura vínculos com a cidade e a comunidade, ora se rende à cadeia das mídias hiper-rápidas, cujo poder de inovação é tão sedutor quanto destruidor (FERRY, 2015). Nesse segundo cenário, as paixões mais comuns tendem a se impor, pela audiência que geram.

Num cenário de jornalismo de impacto, portanto, impera a investigação tanto quanto a afirmação do cotidiano como prática jornalística. Impõe-se reconhecer que o “diário” contém todas as dimensões da vida social, em suas diversas tensões (MATHEUS, 2011). Ainda que não seja um movimento, pode-se falar na tendência a uma nova localidade ou “hiperlocalidade”, à revelia de toda sorte de confusões e contradições que a palavra possa suscitar. Serve de baliza a pesquisa de Philip Meyer, da Universidade da Carolina do Norte (EUA), observador de como a cobertura da comunidade se tornou garantia de êxito para muitos jornais. Meyer alia a ideia clássica de “proximidade” com a de “vínculo”. Para saber se um jornalista atende sua comunidade, diz Meyer, basta avaliar suas táticas de jornalismo cívico⁵, como a criação de fóruns públicos, pesquisas, comissões e recolhimento de perguntas dos leitores (MEYER, 2007).

O jornalismo só influencia quando entende os laços econômicos e sociais de seus leitores. A comunidade desponta como lugar acertado para as bases de uma investigação. A tecnologia “aumenta significativamente o potencial da esfera pública, mas não elimina inteiramente as restrições geográficas. Grande parte da interação econômica e social requer o contato cara a cara” (MEYER, 2007, p. 238).

O alerta dos riscos que o abandono do “local” pode trazer para o jornalismo é feita pelo analista de mídia Ken Doctor. Para ele, as empresas ditas “locais” ou “regionais” têm importância inequívoca. A ausência da cobertura é uma experiência real de todos aqueles que se sentem, em algum momento, “descobertos”. Não faltam aventureiros que façam esta cobertura, a sua maneira, em sites/blogs – nem sempre sujeitos aos rigores do jornalismo. “Na maioria dos casos, trata-se de uma veemente tentativa [...] de escrever histórias que não estão sendo escritas” (DOCTOR, 2011, p. 87)

⁵ O jornalismo cívico surgiu nos EUA, nos anos 1990, propondo maior relacionamento entre o público e os jornalistas na produção da notícia, de modo a diminuir a passividade dos leitores e promover a cidadania. (MUARREK, 2006). Traquina o situa nos anos 1980 e aponta como sinônimos “jornalismo comunitário”, “jornalismo público” e “jornalismo de serviço público” (TRAQUINA. MESQUITA, 2003).

Wendey Warren, do site *Philly.com*, entende que o jornalismo local é o melhor lugar para dar furos decisivos (*Idem*). Mas a questão não é tão tranquila. Em países como os EUA, entende-se que a função dos jornais locais é nada mais do que retirar comunidades do isolamento em relação aos grandes centros. Melhor abastecê-los de notícias nacionais e internacionais do que com as locais, facilmente apreendidas em outros canais (SANT'ANNA, 2008). Esse raciocínio esbarra num fato incontestável – bem ou mal, editores locais têm uma percepção dos interesses de sua comunidade, o que um editor de um veículo nacional não consegue satisfazer. É um paradoxo, que só reforça a necessidade de conhecer melhor o público leitor como única alternativa para quem faz jornalismo.

4. Práticas de jornalismo investigativo hiperlocal

A depender, o “localismo” no Brasil é mais um ideário do que uma realidade. Em cidades pequenas, próximas de 50 mil habitantes, falta “massa crítica” para a leitura de jornais, a penetração da internet é baixa e o interesse em jornalismo é inexpressivo. Esse quadro se agrava ao se levar em conta que os jornalistas forçosamente se veem ligados ao poder público, o que compromete a independência investigativa (PESTANA, 2013). Há interesse em assuntos da comunidade, mas essas reportagens geram pouca audiência, o que incide sobre o valor do anúncio. É diferente dos EUA ou da Europa, onde há a cultura dos subúrbios, habitados por famílias com poder de compra e alta escolaridade. A constatação, contudo, não significa que seja impossível fazer localismo em comunidades menores (PESTANA, 2013).

As novas mídias procuram entender a filosofia e a estética do cotidiano (PEREIRA, 2008). Mas precisam “controlar” certas determinantes, como o costume de retratar o dia a dia a partir do que tem de pior – o que demonstra incapacidade de perceber a complexidade e a alteridade do cotidiano. Veículos de imprensa tendem a repetir um olhar “rasteiro” sobre as localidades. São muitas as ciladas. Se de um lado está a “sinistrose” – prática advinda do jornalismo sensacionalista – de outro está a idealização das comunidades, povoadas de donas Marias e seus Joões, transformados em objetos de pena, tratados como elementos de uma mitologia cristã.

Jornalismo hiperlocal entende as fontes (incluindo as da periferia, de baixo poder aquisitivo e baixa escolaridade) como partes da sociedade organizada. São pessoas com algo a dizer. Pode ser citado o caso da Vila das Torres, em Curitiba. Ao lado da Vila Parolin, a Torres foi uma das primeiras zonas favelizadas da capital paranaense. Os primeiros registros nos jornais são de meados da década de 1950, então com o nome de Favela do Capanema. Nos anos 1980, um projeto de reurbanização levou parte da comunidade para outros bairros, restando a “Vila Pinto”, mais tarde rebatizada de “Torres” (FERNANDES, 2011).

É comunidade ativa, habitada por 6,8 mil pessoas, com cerca de 20 lideranças. Está ao lado do Jardim Botânico, divide fronteiras com a Universidade Católica do Paraná, com a Federação das Indústrias (Fiep) e com o Colégio Medianeira. É visível. Mas por cinco décadas sempre foi reportada pela violência e, dos anos 1990 para cá, pelas contendas entre duas facções rivais do tráfico.

A “Vila das Torres” tem Clube de Mães, biblioteca retirada do lixo, museu, restaurante para carrinheiros, recicla algo como 30% do lixo da cidade. Mas para a imprensa ela quase sempre tem um único lado – o tráfico. Em 2005, depois de uma provocação da assistente social Maria José Mendonça – que estudou a representação da vila nos jornais – passou-se a acompanhar as reuniões da comunidade, na ONG Vila Nova, hoje extinta. A vila passou de objeto a fonte.

De lá para cá, apenas de um único repórter, foram 15 reportagens⁶ longas sobre o local, divididas em diversos temas – “inclusive” violência: saúde, infância e adolescência, perfil, efemérides, urbanismo, memória, ação popular. Há também inserções curtas. Textos tangenciam os problemas, mas também a inteligência da comunidade. Alguns moradores dizem que a vila se divide em “antes e depois” desses trabalhos, que redundaram na migração de pesquisadores e curiosos à região, diminuindo o isolamento.

⁶ São exemplos de práticas de jornalismo cidadão, jornalismo cívico e hiperlocalismo. Uma é sobre as expectativas dos jovens da região – <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/meninos-que-correm-com-lobos-aihp0i1k9j0zfx8p8z6rfd5a>; outra sobre o movimento social: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/a-vila-que-voce-nao-ve-ba2w08i5zzkpyo1vyfgv9rn7y>; uma sobre o movimento pacifista na comunidade: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-armisticio-da-vila-torres-55b9ecsbh6gxyqm9hme88u34e>. Por fim, uma das matérias de cunho investigativo sobre o local: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/o-melhor-e-o-pior-dos-mundos-1vxrtisiaw03zgyui5s6jfo7i>

O jornal *Gazeta do Povo*, no qual saíram as reportagens, cativou fontes na vila, que informam sobre os movimentos do tráfico, o que tem gerado avanços em matérias de investigação. O objeto é a relação entre a Polícia Militar do Paraná e os traficantes. A finalidade da cobertura hiperlocal não foi ganhar essas fontes, mas a relação de confiança redundou nessa troca, que envolve riscos para os moradores.

Na comunidade vizinha, a antiga favela do Parolin – dominada por um líder comunitário que segue a lógica da milícia – a ação do jornal é pouco reveladora. Quase todas as tentativas de imersão foram vãs ou pecaram pela falta de continuidade. O poder do líder controverso – até sobre os funcionários da prefeitura que lá trabalham – permanece em descoberto, à espera de uma investigação. Entender as razões da comunidade, por meio do hiperlocalismo, poderia ser um caminho para evitar a sinistrose, os modelos cristalizados de cobertura, e entender a complexidade da comunidade. No caso das “Torres” essa tática de entrega ao cotidiano do local funcionou. Revelar a normalidade foi um instrumento para perceber o que ali exigia uma investigação.

Considerações finais

Em meio a tantas incógnitas que rondam a imprensa escrita no Brasil, uma questão se impõe: quais as razões que levam as médias e grandes empresas jornalísticas a terem tantas reservas em relação ao “jornalismo hiperlocal”, quando em muitos territórios é ele que tem marcado o perfil dos jornais? É o caso do *The Washington Post*, que encontrou seu nicho no hiperlocalismo, tornando-se um bem-sucedido jornal de condado, sem deixar de ser o *Post* (MOLINA, 2007, p. 205).

Uma das explicações correntes é o temor que os jornais têm de se tornarem irrelevantes, deixando de falar a seu público-alvo preferencial – com curso superior e circulando nas classes A e B. Não deixa de ser um desconhecimento das bases do “glocalismo”, do “hiperlocalismo” e do “localismo”, expressões aparentadas, em maior ou menor nível, preocupadas em partir do particular, contextualizando-o nas questões universais.

Conta, certamente, a inabilidade dos repórteres em lidar com o cotidiano – tamanho o peso da cultura do “furo”, da “denúncia” e da “vigilância do poder público” –, o que acaba por relegar os assuntos locais ou os repórteres vocacionados, ou a repórteres que repitam os

clichês comuns no gênero, ou a repórteres em início de carreira. Um caminho seria perceber o “localismo”, nas suas diversas matizes, como um diálogo com a tradição e, sobretudo, um diálogo com um movimento surgido dentro do próprio jornalismo, no final do século – o de busca da palavra, da opinião e dos interesses dos cidadãos.

Só se consegue tamanha proeza com gasto de tempo, que leva a análises mais antropológicas e sociológicas da realidade, do que a manchetes. No final dessa escala, está, por certo, um instrumento raro e certo para o bom jornalismo investigativo.

Referências

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2011.

BALDESSAR, Maria José *et al.* Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 28, p. 53-62, julho 2013.

BARCELOS, Marcelo. **Jornalismo cidadão: participação do leitor nos jornais do grupo RBS em Santa Catarina**. Florianópolis, SC: Dissertação de Mestrado, UFSC, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BERGER, Christa. MAROCCO, Beatriz (orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre (RS): Ed. Sulina, 2008.

BRAVO, Fabiana. **O contributo e papel do blogue Graciosa Online para a RTP**. Dissertação de mestrado. Lisboa, 2012: Universidade Nova de Lisboa.

CASTILHO, Carlos. Jornalismo hiperlocal ganha adeptos na grande imprensa. In: **Observatório da Imprensa**, n. 815, 05/03/2009. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/codigo-aberto/jornalismo-hiperlocal-ganha-adeptos-na-grande-imprensa/>

CORREIA JÚNIOR, Milton. Ninguém cobre melhor a cidade que o jornal. **Jornal ANJ**, Brasília (DF), ago. 2009, p. 16.

DIMENSTEIN, Gilberto. Bairrismo vira cult. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 17 jul. 2011. Cotidiano, C7.

DOCTOR, Ken. **Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e i seu impacto na economia mundial**. São Paulo: Cultrix, 2011.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5.^a Ed. São Paulo: Ática, 2006.

FEATHERSTONE, Mike (org.). **Global culture**: Nationalism, Globalization and Modernity. London: Sage, 1990.

FERNANDES, José Carlos. Vida e morte do Capanema. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 5 fev. 2011. Vida e Cidadania, p. 8.

FERRY, Luc. **A inovação destruidora**: ensaio sobre a lógica das sociedades modernas. Trad. Vera Lucia dos Reis. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015.

FIGARO, Roseli (org.) **As mudanças no mundo do trabalho do jornalismo**. São Paulo: Atlas, 2013.

FORTES, Leandro. **Jornalismo investigativo**. São Paulo: Contexto, 2010 (Coleção Comunicação).

GUANAES, Nizan. O debate municipal é global. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 03 abr. 2012. Mercado, B8.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

JUDT, Tony. **O mal ronda a terra**: um tratado sobre as insatisfações do presente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

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

MATHEUS, Letícia. **Comunicação, tempo, história**: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos. Rio de Janeiro: Mauad X e Faperj, 2011.

METZGAR, Emily et al. Defining hyperlocal media: proposing a framework for discussion. In: **News media & Society**, 2011. 13 (5) 772-787, Sage, England. Disponível em: <http://nms.sagepub.com/content/13/5/772>

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Ed. Contexto, 2007.

MOLINA, Matías. **Os melhores jornais do mundo**: uma visão da imprensa internacional. São Paulo: Ed. Globo, 2007.

MUARREK. Ubiratan. Impacto concreto no mundo real. In: COSTA, João Roberto Vieira da (org.). **Comunicação de interesse público**: ideias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006.

NASCIMENTO, Solano. **Os novos escribas**: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.

NETTO, José Paulo. CARVALHO, Maria do Carmo de. **Cotidiano**: conhecimento e crítica. 10.^a Ed. São Paulo: Cortez, 2012.

PEREIRA, Wellington. A mídia e a construção do cotidiano (uma epistemologia do social midiático). In: CHRISTOFOLETTI, Rogério. MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs.). **Observatórios de mídia**: olhares da cidadania. São Paulo: Paulus, 2008.

PESTANA, Flávio. Desafios da imprensa local. **Revista de jornalismo ESPM**. Edição brasileira da Columbia Journalism Review, n.6, São Paulo, jul. ago. set 2013, p. 58-61.

PRADO, José Luiz Aidar. BECKER, Beatriz. “Das modalizações para consumidores à reterritorialização de cidadãos politizados”. In: SILVA, Gislene *et al* (orgs.). **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Brasília (DF): Edufba, 2011.

SANT’ANNA, Lourival. **O destino do jornal**: a Folha de S. Paulo, O Globo e o Estado de S. Paulo na sociedade da informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 2009.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. Os processos da globalização. In: SANTOS, BOAVENTURA DE SOUSA (org.). **A globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística — uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, SC: Insular, 2008.

TRAQUINA, Nelson. MESQUITA, Mário (orgs.). **Jornalismo cívico**. Lisboa: Livros Horizonte, 2003.

VAZ, Ana Lucia. **Jornalismo na correnteza**: senso comum e autonomia na prática jornalística. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.