



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

Como citar este texto: PAGANELLA, Eduardo. HAUSSEN, Doris Fagundes. Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre. *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, v. 07, n. 02, pp. 204-225, jul./dez. 2016.

Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella¹

Doris Fagundes Haussen²

Recebido em: 21 de julho de 2016.

Aprovado em: 03 de novembro de 2016.

Resumo

O conhecimento sobre as condições de trafegabilidade tem fundamental importância para pessoas que utilizam o carro como meio de transporte nas grandes cidades. Valendo-se de características como capacidade técnica, agilidade de transmissão de informação e mobilidade, o repórter de rádio assume o papel de aconselhar motoristas que buscam as melhores rotas para chegarem aos seus destinos. A utilização de ferramentas tecnológicas de *crowdsourcing*, especialmente do *Apple Maps*, *Waze* e do *Google Maps*, está subsidiando os jornalistas neste processo. Através de pesquisa qualitativa, com o uso da técnica de questionário, este trabalho coleta informações para compreender como os repórteres de rádio que fazem a cobertura de trânsito em Porto Alegre estão aproveitando os *apps* de *crowdsourcing* como fonte jornalística de na área de trafegabilidade.

Palavras-chave: radiojornalismo, crowdsourcing, apps, trânsito.

¹ Mestrando em comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. eduardo.paganella@gmail.com

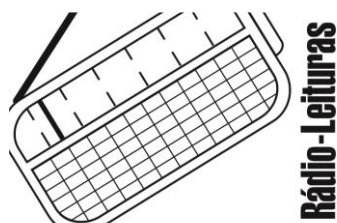
² Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atualmente é professora titular da PUCRS, onde atua no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. dorisfah@pucrs.br

Introdução

Dados do Departamento Estadual de Trânsito do Rio Grande do Sul (Detran-RS) apontam que a frota de veículos em Porto Alegre cresceu quase 40% nos últimos dez anos. Em 2016, são 824 mil veículos no trânsito da capital. Os números levam em consideração, por exemplo, movimentações sazonais, mas não incluem a frota de carros, motos, ônibus, caminhões e afins, pertencentes a outras cidades do entorno da capital gaúcha e que também trafegam pela principal cidade do Estado. Entretanto, a malha rodoviária do município não avançou na mesma proporção, provocando congestionamentos e problemas no trânsito.

Na contramão ao colapso da trafegabilidade nos grandes centros urbanos, nos últimos dez anos ocorreram significativos avanços nas áreas de tecnologia, conectividade e mobilidade. Esse desenvolvimento rapidamente se incorporou ao cotidiano da população. A consolidação dos *smartphones*, a facilitação de acessos a *internet* e as melhorias tecnológicas nos indicadores geoespaciais (GPS) permitiram o surgimento de plataformas digitais que agregam estes três itens, gerando a produção de informações em tempo real pelos próprios usuários destas plataformas. Desta correlação entre itens, constituiu-se uma prática digital que ficou conhecida como *crowdsourcing*. O termo foi cunhado em pelo pesquisador Jeff Howe (2006), baseando-se em uma tendência de plataformas que agregam conhecimento e mão-de-obra coletivos, interconexões pelas redes digitais, e que através do processamento de dados, geram informações. A proposta de trabalho colaborativo através de redes digitais já era detectada por autores anteriores à Howe (2006).

Precisamente, o ideal mobilizador da informática não é mais a inteligência artificial, mas sim a inteligência coletiva, a saber, a valorização, a utilização otimizada e a criação de sinergia entre as competências, as imaginações e as energias intelectuais, qualquer que seja sua diversidade qualitativa e onde quer que se situe (LÉVY, 1999. p. 167).



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

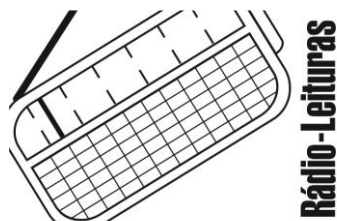
Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

São vários os modelos de aplicativos baseados nos moldes de *crowdsourcing*. Entre esses, estão o *Apple Maps*, o *Waze* e o *Google Maps*, três ferramentas digitais direcionadas para a mobilidade de trânsito. Os aplicativos se valem de referências geoespaciais dos usuários conectados à internet como fonte de monitoramento de informações de trânsito. Motoristas de todo o planeta guiam-se através dessas informações digitais para escolherem as melhores rotas e os melhores horários para transitarem pelas cidades. No entanto, os repórteres de emissoras radiofônicas que fazem a cobertura diária de trânsito também estão aproveitando as capacidades dessas ferramentas, como forma de obterem informações sobre as condições de trânsito. Este estudo se valerá da experiência diária de três jornalistas das rádios Gaúcha, Guaíba e Bandeirantes³, de Porto Alegre.

O objetivo é diagnosticar, ainda que de forma preliminar, o processo de construção da notícia relacionada ao segmento de trânsito a partir da perspectiva dos *apps*. Para isso, o autor vale-se dos conceitos do novo processo colaborativo de troca de informações. Cabe destacar que esses dados são computados de forma automatizada a partir de um modelo de inteligência coletiva, tabelados, e, posteriormente apresentados de uma maneira visualmente compreensível. Esta breve definição pode servir de alicerce para admitir a utilização do termo *crowdsourcing*. Partindo desta perspectiva, é possível interpretar os usuários dos aplicativos como fontes de informação.

A multiplicação dos difusores altera a relações entre os jornalistas e as fontes porque transforma os usuários do sistema em fontes. Enquanto no jornalismo convencional, em que muitas vezes declarações são transcritas como notícias, predomina o uso das fontes oficiais, no jornalismo digital a participação dos usuários contribui para a utilização de fontes independentes, desvinculadas de forma direta dos casos publicados [...] O alargamento do conceito de fontes coloca na

³ A opção pelas rádios Gaúcha, Guaíba e Bandeirantes se dá pelo caráter noticioso que as três apresentam em comum. Ainda que existam características diferentes nas formas e rotinas de produção, todas propõem-se, de certo modo, a trabalhar com conceitos ligados ao *hard news* (Seixas, 2005), baseando as coberturas na instantaneidade da informação.

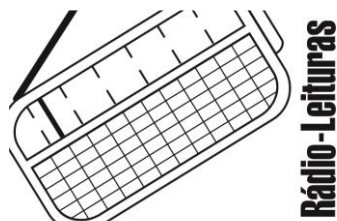


ordem do dia a reflexão sobre as consequências para o jornalismo da incorporação dos usuários no circuito de produção de conteúdos (MACHADO, 2003, p. 35-36).

A escolha pela análise dos profissionais que trabalham especificamente com o radiojornalismo se deve a uma opção do pesquisador e, principalmente, à conceituações teóricas sobre o atual momento do jornalismo radiofônico, que prioriza características como velocidade e objetividade (FIDALGO, 2004). Essas particularidades são inerentes ao conceito sobre *hardnews* nas redes digitais (SEIXAS, 2005). Além disso, vão de encontro a conceitos de webjornalismo que valorizam o jornalismo em tempo real (MORETZSOHN, 2002).

A metodologia selecionada para o estudo é a pesquisa qualitativa, com base em Trivinos (1987), Gil (1999) e Gerhardt e Silveira (2009). Conforme Triviños (1987), a análise qualitativa busca o significado dos materiais coletados, dentro de um determinado contexto a ser imposto para a pesquisa. Gil (1999) avalia que esta percepção metodológica dá ênfase ao detalhamento e aprofundamento do processo examinatório, com possibilidade de identificar significados diferentes. Gerhardt e Silveira (2009) sinalizam com a perspectiva de que a pesquisa qualitativa tem elementos para extrair características de um determinado grupo social. O intuito é desenvolver, ainda que de forma preliminar, um esboço deste aprofundamento da atuação de profissionais de radiojornalismo na coleta de informações através de aplicativos digitais que compõem o espectro *Crowdsourcing*.

A coleta de dados foi realizada mediante questionário padronizado misto com 21 perguntas aos três participantes da pesquisa. Os questionamentos foram encaminhados aos repórteres por e-mail no dia 02 de junho de 2016, e respondidos pelos profissionais entre os dias 02 de junho de 2016 e 6 de junho de 2016. A partir desses dados, será possível identificar, de modo inicial, uma característica semelhante no modelo de apropriação, produção e divulgação por parte dos repórteres, das informações provenientes dos aplicativos para os ouvintes das respectivas rádios. Os conceitos de fonte admitidos na pesquisa são de Schmitz (2011):



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia (p. 9).

Partindo disso, pode-se dar sequência à linha de fonte de informação admitindo que aplicativos são ferramentas de organizações formadas por grupos sociais. Rodrigues (2015, p. 337) diz que o jornalismo de dados teve início na década de 1960, com a necessidade de criação de métricas que pudessem apresentar dados mais objetivos. Com o passar dos anos, o uso de ferramentas digitais na tabulação de informações tornou-se mais recorrente, dando maior legitimidade ao discurso. Um dos principais autores nessa linha de jornalismo de dados é Phillip Meyer, que defende que produção jornalística necessita desse tipo de instrumento para a produção de notícias.

208

As ferramentas de amostragem, análise informatizada e inferência estatística aumentaram o poder tradicional do repórter sem mudar a natureza de sua missão - encontrar os fatos, entendê-los e explicá-los sem perder tempo (MEYER, apud ARAÚJO, 2015, p. 154).

Breve histórico do radiojornalismo no Brasil

O radiojornalismo tem uma rica história e, inegavelmente, foi fundamental no processo de construção da atual sociedade moderna. No Brasil, as primeiras emissoras de rádio surgiram na década de 1920. A mídia rapidamente se popularizou como um produto de massas. Porém, os primórdios da nova mídia não tinham como característica o radiojornalismo (MOREIRA, 1981).

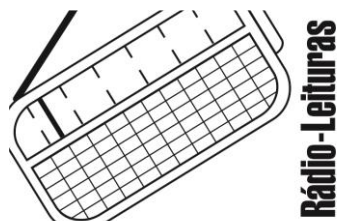
O primeiro grande salto na divulgação de notícias radiofônicas foi na década de 1940, com o surgimento do programa Repórter Esso, importado pela empresa americana *Standard Oil Company of Brazil*, produzido pela *United Press* e veiculada no Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Autores como Jung (2005) e Klöckner (2011) definem o Repórter Esso como o precursor em um modelo de radiojornalismo no país, baseado em conceitos de objetividade nas frases e notícias, valendo-se de características próprias do rádio. Outro programa que merece menção para o formato das notícias era o Jornal Falado da Tupi, que também surgiu na década de 1940.

Com o passar dos anos, o crescimento da televisão enquanto mídia de entretenimento e a evolução tecnológica permitiram ao rádio inserir novos elementos, diversificando seus tipos de transmissão. Nos anos 1950, surgem os primeiros rádios portáteis que não mudam diretamente a rotina de produção dos repórteres, mas alteram a forma de consumo do conteúdo radiofônico (ORTRIWANO, 1985). De acordo com Ortriwano (2002), o desenvolvimento do gravador portátil no período dos anos de 1970 foi outro marco no processo de agilidade e mobilidade ao repórter de rádio, que além de poder entrevistar fontes para colher informações, poderia reproduzir a entrevista e transmiti-la aos ouvintes com maior agilidade.

Os primeiros gravadores geralmente usados no Brasil eram da linha amadorística, ainda muito pesados, pouco portáteis e de manejo não muito prático. Só quando os gravadores de fita foram transistorizados é que se produziram aparelhos realmente portáteis e em condições de atenderem aos serviços de reportagens externas (SAMPAIO, 1984, p. 157).

No mesmo período, surgiram as chamadas ‘unidades móveis’, veículos automotivos que contavam com equipamentos que se interligavam à central técnica da emissora, permitindo transmissões de longo alcance. Esta ferramenta garantia às emissoras mobilidade e a possibilidade de estar no lugar do fato em tempo real.

Na década de 1990, teve início a operação de telefonia celular no Brasil. A implementação apresentou um rápido avanço, atingindo patamares ainda não vistos



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

na correlação entre comunicação e mobilidade. Este desenvolvimento somou-se ao progresso e popularização da internet e, posteriormente, do acesso à rede através de *devices* portáteis. Os veículos jornalísticos rapidamente assimilaram e implementaram a nova ferramenta nas rotinas de produção. Com o passar dos anos, o telefone celular tornou-se muito mais que um aparelho móvel para emissão e recebimento de mensagens sonoras. Atualmente, é possível produzir e transmitir fotos, vídeos, áudios e outros conteúdos midiáticos em tempo real.

O uso de câmeras de vídeo e de foto em telefones celulares alia ubiquidade e conectividade para criar e distribuir imagens. A ubiquidade e a conectividade generalizada por meio de textos, fotos, sons e vídeos feitos e disseminados pelos DHMCM (Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirrede), aliada a facilidade de produção e a portabilidade, fazem desses produtos (textos, fotos, vídeos, sons) vetores de contato, de testemunho jornalístico e político sobre diversas situações cotidianas (LEMOS, 2007, p. 8).

Servindo-se desses avanços tecnológicos significativos, o radiojornalismo ganhou ainda mais contornos de dinamismo e objetividade. Somado a esses fatores, os profissionais da comunicação, assim como de várias outras áreas do conhecimento, têm se aproveitado do crescimento exponencial de ferramentas baseadas em Web 2.0. Sobre este desenvolvimento e a relação com o jornalismo, Machado (2003, p. 19) destaca, entre outras questões, que as “redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais”. Machado (2003) acrescenta ainda que a rede pode fundar uma nova modalidade de jornalismo, em que sugere todas as etapas do processo de produção podem ser feita através do ambiente digital. De forma geral, os profissionais encontraram mais uma alternativa para procurar e coletar informações. Os trabalhadores da mídia rádio evidentemente foram integrados a este processo.

Crowdsourcing e apps de trânsito

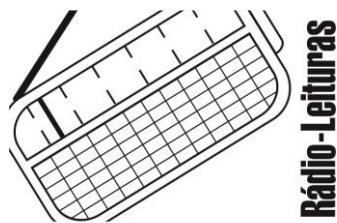
O desenvolvimento tecnológico e a evolução da conexão em rede através de computadores abriu espaço para um ambiente cibernético de transmissão multidirecional de informações. Castells (1999, p. 40) enfatiza que as “redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela”.

O termo Web 2.0, cunhado em 2004 pelo empresário norte-americano Tim O’Reilly, batizou um movimento inicial de construção e publicação de conteúdos de forma mais participativa e coletiva nas redes digitais (O’Reilly, 2005). Entre as características da web 2.0, estão o fato de que a rede é a plataforma, e que os usuários são parte essencial na arquitetura da informação.

Seguindo esta tendência, começam a surgir as primeiras experiências relacionadas ao *crowdsourcing*. O termo, como já foi citado anteriormente, refere-se a relações entre determinadas empresas de sistemas digitais e usuários com o intuito de gerar um benefício mútuo através da web. Autores exprimem, de forma abrangente, a compilação de características que classificam o *crowdsourcing*.

Crowdsourcing é um tipo de atividade participativa online em que um indivíduo, uma instituição, uma organização sem fins lucrativos, ou uma empresa propõe, por meio de um convite aberto flexível, o compromisso voluntário de uma tarefa a um grupo heterogêneo de indivíduos com conhecimentos diversos e em número variado (AROLAS; GUEVARA, 2012, p. 197).

Os autores supracitados ainda acrescentam que os usuários que colaboram com este sistema recebem, em contrapartida, algum tipo de benefício na utilização deste sistema, seja através de recompensa financeira, reconhecimento social, entre outros. Howe (2006) entende que o *crowdsourcing* é um formato de terceirização dos



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

serviços das empresas para uma inteligência coletiva, com um objetivo de desenvolver soluções e conteúdos ou sofisticar tecnologias. O autor defende, no primeiro artigo em que o termo é citado, que empresas, de forma geral, estão descobrindo maneiras de "explorar o talento latente da multidão".

A concepção sobre *crowdsourcing*, ainda recente, tomou formas mais palpáveis com ferramentas que possibilitam codificar informações e transformá-las em algo além de meros dados digitais. Lévy (1999) destaca que digitalizar um conteúdo significa passar informação para números, e que quase todas as informações podem ser codificadas.

Digitalizar uma informação consiste transformá-la em números. Quase todas as informações podem ser codificadas dessa forma. [...] As imagens e os sons também podem ser digitalizados, não apenas ponto a ponto ou amostra por amostra, mas também de forma mais econômica, a partir de descrições das estruturas globais das mensagens iconográficas ou sonoras (LÉVY, 1999, p. 50).

Neste sentido, Manovich (2001) defende que se trabalhe com interfaces adequadas para a melhor leitura da base de dados, além de métodos mais acessíveis de navegação. Esse entendimento foi evoluindo junto com os avanços dos hardwares e softwares de computadores, e posteriormente, com a transformação dos limitados telefones celulares em *smartphones*, com inúmeras funcionalidades. Somado a esses elementos, vale ressaltar a considerável facilitação do processo de conexão à internet através da rede móvel, proporcionando conectividade e agilidade para as pessoas. Abriram-se as portas para o surgimento de aplicativos, entre eles, os que reúnem colaboração e mobilidade.

Calcado nessas características, surge em Israel, em 2008, o *Waze*. Ainda carecendo de consagradas definições acadêmicas, a ferramenta pode ser apresentada como um sistema que colhe informações dos usuários via satélite e disponibiliza indicativos sobre o trânsito em tempo real pelo aplicativo, através de um mapa colaborativo. Todos os *devices* que possuem o *app*, quando conectados à rede e

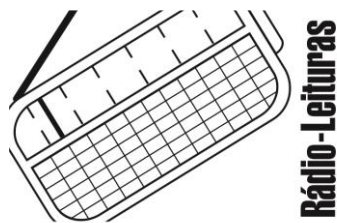
acionados, tornam-se colaboradores sobre as condições de trânsito da região onde estão. A ferramenta colhe informações a partir dos dados do Sistema de Posicionamento Global (GPS) de *smartphones* e agrega esses dados ao mapa colaborativo, formado por milhões de motoristas. O sistema colaborativo do *app* permite que usuários informem sobre condições do trânsito, indiquem buracos e bloqueios, entre outros problemas na via. O aplicativo foi desenvolvido para vários sistemas operacionais de *smartphones*, incluindo o *Android*, *IOS*,

Em 2013, o *Google* comprou o aplicativo e o integrou ao sistema do *Google Maps*. No entanto, é possível baixar a ferramenta *waze* no sistema da *Google*, o *Android*, dando ao usuário a liberdade de utilizar qualquer uma das ferramentas. Na mesma toada, a *Apple* desenvolveu para os sistemas *IOS* o *Apple Maps*, uma ferramenta de mapas com informações de trânsito, apesar de também disponibilizar aos usuários o aplicativo *Waze*. Atualizações de software refinaram os mapas, dando mais precisão nas rotas e condições de trafegabilidade. Ainda que com características próprias, *Waze*, *Google Maps* e *Apple Maps* dispõem de funcionalidades similares.

A cobertura de trânsito e a análise das respostas

Avanços tecnológicos, interfaces digitais aprimoradas e novas possibilidades de realizar trabalhos de forma remota através de ferramentas que permitem mobilidade deram novos contornos à produção jornalística. Em alguns casos, uma tríade é formada entre fonte, mediador e público (MEDINA, 1996). Neste contexto, o jornalista torna-se o centro de mediação e diálogo na produção jornalística.

Só um mediador que estuda as culturas do local ao universal passando pelo regional e nacional, poderá atuar como agente de mediação social. Só o jornalista que se aperfeiçoa para poder criar, terá alguma possibilidade interveniente no processo de mediação social. Só o mediador que se obriga a um projeto de pesquisa cognoscitiva terá competência para modificar o status quo



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

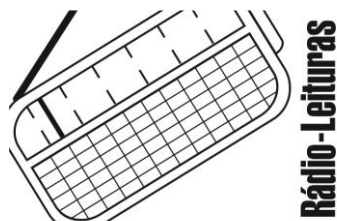
Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

(hegemonia do emissor) e praticar o discurso polifônico e polissêmico (MEDINA, 1996, p. 20).

Sobre este enfoque, é importante, antes de entrar no mérito do objeto de pesquisa, estabelecer um conceito básico do que é a fonte jornalística. Diversos estudiosos debruçaram-se sobre o tema e continuam examinando as idiosincrasias para terem uma compreensão de quem são as fontes jornalísticas. Leva-se em consideração neste trabalho as concepções dos autores Schmitz (2011), que admite mídias sociais, sites e blogs como fontes de consulta, ainda que possam existir distorções, e Lage (2006), que destaca a existência de ‘fontes independentes’, que não possuem uma relação de poder ou interesse. Baseado nisso, admite-se que os *aplicativos* são uma fonte de informações, já que se sustentam em dados. Os jornalistas de rádio que fazem a cobertura de trânsito vinculam, então, o processo de criação à capacidade de filtragem e seleção de informações coletadas a partir da leitura dos *apps*, que são suas fontes. Ainda aproveitando-se da tríade de Medina (1996), é possível correlacionar os aplicativos à fonte, a mediação ao repórter de trânsito e o ouvinte ao público. Machado (2003) destaca que a coleta de informações do jornalismo digital é descentralizada, garantindo a todos o direito de se tornarem fontes em potencial.

A novidade do jornalismo digital reside no fato de que, quando fixa um entorno de arquitetura descentralizada, altera a relação de forças entre os diversos tipos de fontes porque concede a todos os usuários o status de fonte potenciais para os jornalistas. [...] A possibilidade de dispensa de intermediários implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transformam os próprios usuários em fontes não menos importantes (MACHADO, 2003. p. 27-28).

Foram escolhidos para o desenvolvimento deste estudo três repórteres de rádios de Porto Alegre: Bibiana Borba, da Rádio Guaíba, Mateus Ferraz, da Rádio



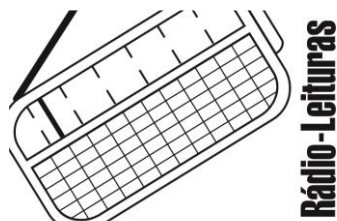
Gaúcha e Laura Becker, da Rádio Band News FM. Os três profissionais têm, como prática diária, a cobertura de trânsito e utilizam aplicativos como ferramentas de apuração. Como já citado anteriormente, a pesquisa qualitativa foi utilizada como metodologia para a produção. A escolha se dá porque esta proposta de pesquisa não está totalmente preocupada com a representatividade numérica, mas sim com a profundidade de entendimento sobre um determinado grupo social.

Os três participantes responderam a 21 perguntas de um questionário misto, com perguntas abertas e fechadas, sobre suas rotinas de produção, com um campo específico destinado a observações em cada pergunta, quisesse se manifestar⁴. O intuito foi compreender a existência de um padrão na forma de produção e tentar observar peculiaridades dos profissionais.

Dando início a apresentação dos resultados, dois dos três entrevistados afirmaram que utilizam os *apps* como ferramentas na coleta de dados há cerca de 5 anos. Há um consenso, no entanto, sobre os principais aplicativos utilizados na coleta dos dados. São eles o *Waze*, utilizado pelos três pesquisados, e os *apps Google Maps e Apple Maps*, usados por dois repórteres. Os profissionais consultados foram categóricos ao afirmarem que a rotina de produção do repórter de trânsito se alterou com a utilização das ferramentas de monitoramento de instaladas nos *smartphones*. Ferraz (2016) destaca que o aplicativo “torna o boletim mais completo, com a possibilidade instantânea de oferecer rotas alternativas ao motorista ouvinte, bem como avisar de problemas no via”. É possível relacionar a sustentação do repórter às ideias de Lopez (2010), que compreende os dispositivos móveis como fontes complementares de informação.

⁴ O questionário com respostas dos repórteres Matheus Ferraz, Bibiana Borba e Laura Becker foi produzido por email. As respostas foram enviadas entre os meses de maio e junho de 2016 e estão disponível em:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/10nAe7qO2E0pDeifqQt28HPQjz1Ca_WMI TmSsdn-XCSQ/edit?usp=sharing



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

Acredita-se que, principalmente depois do desenvolvimento de dispositivos móveis que permitem o acesso à internet, seu uso como fonte para o radiojornalismo tornou-se mais constante e funcional, já que o comunicador se depara, neste processo, com informações e personagens que complementam sua apuração e com informações já processadas (LOPEZ, 2010. p. 46).

O questionário também provocou os repórteres sobre a principal forma de obtenção de dados sobre as condições de trânsito. Ferraz destacou que os *apps* são uma importante parcela do trabalho, mas destacou que a emissora disponibiliza um carro exclusivamente para trafegar pela cidade, o que ajuda na coleta das informações. Já a repórter Bibiana Borba afirmou que, por não fazer somente a cobertura de trânsito, utiliza o *Google Maps* como principal fonte de dados. Os três entrevistados, no entanto, foram unânimes em pontuar que, utilizam dados coletados a partir de *apps* em todos os boletins que fazem ao longo do dia de trabalho. Além dos aplicativos, os profissionais seguem utilizando cotidianamente outros métodos de apuração, como ligações telefônicas, mensagens de ouvintes, redes sociais de órgãos públicos que monitoram o trânsito e câmeras de monitoramento da cidade.

Uma curiosidade interessante apresentada pelos profissionais mostra a capacidade e a essência dos aplicativos do gênero *crowdsourcing* na colaboração mútua entre usuários. Indagados se os *apps* são consideradas fontes confiáveis de informação, a repórter da Band News Laura Becker destacou que em algumas oportunidades, mesmo sem o conhecimento das autoridades de trânsito, foi possível identificar um acidente:

Em mais de uma ocasião o aplicativo indicava um acidente que a EPTC não sabia que tinha acontecido e, ao ligar para confirmar/descobrir mais detalhes, eu acabei avisando a EPTC do ocorrido. Alguns minutos depois eles acabam divulgando no *Twitter* o que havia ligado para perguntar.

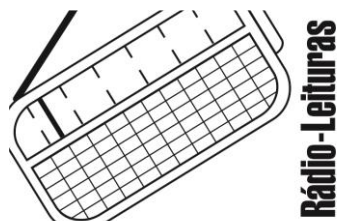
Ainda sobre a credibilidade depositada pelos repórteres nos *apps*, o repórter Mateus Ferraz ressalta que as ferramentas são uma alternativa confiável, mas não totalmente suficientes para alicerçar todo o trabalho de apuração. A repórter Bibiana Borba afirmou que jamais percebeu falhas.

Os três profissionais também foram questionados a respeito de uma possível sobreposição dos *apps* à apuração *in loco* e ao contato com fontes humanas, como agentes de trânsito ou ouvintes, por exemplo. Todos concordaram que a apuração no local do fato e o contato com pessoas é mais relevante do que as indicações dos aplicativos.

Em caso de conflito de informações entre a ferramenta digital e outras fontes, no entanto, os profissionais já mostram formas diferentes de atuação. A repórter Bibiana Borba diz confiar na ferramenta, Laura Becker e Mateus Ferraz buscam uma terceira fonte para garantir confirmação. Os jornalistas afirmaram que, em suma, as informações sobre ruas, avenidas e locais apresentadas nos *apps* condizem com as reais localizações.

Um elemento interessante na pesquisa foi o crédito dado pelos profissionais aos aplicativos de *crowdsourcing* de trânsito em coberturas remotas. Os três repórteres pesquisados classifica a utilização dos aplicativos como muito relevantes para a realização do trabalho, especialmente quando esses profissionais desenvolvem outras pautas durante o dia de trabalho. A repórter Borba Bibiana explica:

Quando sou responsável por monitorar o trânsito, fico com o Google Maps e redes sociais constantemente abertos. Ao verificar algum problema, confronto informações, faço ligações e vou dando boletins na rádio. Por também ficar a cargo de outras pautas durante essa cobertura, só me desloco para cobrir especificamente o trânsito, *in loco*, em caso de alguma excepcionalidade como acidente grave ou protesto interrompendo vias.



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

A compreensão dos profissionais é de que a ferramenta pode indicar ou auxiliar na complementação de uma informação. Neste sentido, vale retomar a informação obtida através dos questionários, que mostram que os repórteres se valem dos *apps* em todos os boletins que fazem ao longo da cobertura.

Além de obter detalhes sobre a rotina de produção, a pesquisa também teve o intuito de sondar se as empresas do meio radiofônico preocupam-se em apresentar aos seus repórteres alternativas para a coleta de dados na cobertura de trânsito. Os três profissionais afirmaram que não receberam orientações por parte de superiores para usarem os *apps*. Porém, dois dos três entrevistados afirmam que as emissoras aprovam o uso. Uma das pessoas entrevistadas destacou que a empresa sequer manifestou-se sobre a utilização da ferramenta.

218

Considerações finais

As características dos aplicativos de mobilidade e da internet, de forma geral, estão alterando o modo como os profissionais de radiojornalismo desenvolvem suas atividades. Lopez (2009) aponta que existe uma certa similaridade entre atributos de internet e do radiojornalismo, dentre os quais pode ser destacado a demanda constante por atualizações.

Neste sentido, com o auxílio de um *smartphone* ou de um computador portátil, o repórter tem acesso a uma série de ferramentas digitais que auxiliam na coleta de dados. No que tange à pesquisa da cobertura de trânsito apresentada no artigo, é possível tecer algumas inferências importantes sobre a forma como os profissionais estão se abastecendo de informações para divulgar aos ouvintes. O primeiro ponto a ser analisado é o da mudança no cotidiano dos repórteres de trânsito de grandes rádios de Porto Alegre, com a utilização dos *apps* *Waze*, *Google Maps* e *Apple Maps* como

fonte de dados. Os profissionais consultados classificam as ferramentas digitais como muito relevantes para a cobertura diária de trânsito.

Um aspecto importante da pesquisa é a confirmação, por parte dos três repórteres entrevistados é que, apesar de os *apps* serem fundamentais, eles nunca são a única fonte de coleta de dados sobre o trânsito. Os profissionais têm necessidade de cruzar informações entre vários agentes para transformar os dados em conteúdo radiofônico. Neste aspecto, mesmo com a evolução tecnológica, o princípio de checagem de notícias segue sendo preponderante na produção jornalística.

O uso da rede como fonte de informações é uma estratégia legítima e interessante nos dias atuais, quando o volume de dados disponível na internet é crescente. E a facilidade de acesso a eles permite a ruptura de barreiras antes mais difíceis de transpor pelo jornalismo de rádio. [...] É preciso que se compreenda a rede como um ambiente de disponibilização de fontes de informação como outro qualquer. Isso implica em dizer que as informações devem sempre ser contrapostas e confirmadas antes de serem transmitidas, seja através de outras fontes virtuais ou não (LOPEZ, 2010. p. 81).

Ainda sobre a apuração, a pesquisa sugere que as ferramentas digitais, mesmo sendo importantes, não substituem a presença física no local do fato. Neste sentido, Del Bianco (2004), alerta que os profissionais necessitam ter ressalvas quanto às potencialidades de coleta de dados.

O fácil acesso à informação obtida pela Internet pode ainda dar a falsa impressão de não ser preciso ir além das fronteiras do ciberespaço para saber o que acontece. É como se na rede “coubesse” o mundo e de tal forma não fosse necessário sair dela para se obter a informação necessária à construção da notícia (DEL BIANCO, 2004)

Esta proposição aparentemente é respeitada pelos três repórteres entrevistados. É possível inferir, neste ponto, que o profissional que está no local do fato têm acesso a informações indisponíveis em ferramentas digitais. Este modelo é classificado por Grey (2012) como Jornalismo de Dados, categorizado como o uso de



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

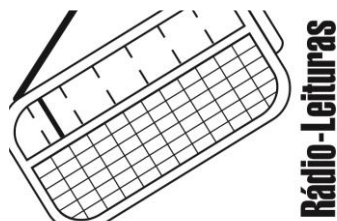
Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

ferramentas analíticas digitais para escrever melhores histórias e fazer investigações mais completas. Quando o profissional reporta uma notícia no ponto em que ela ocorre, o aplicativo torna-se uma ferramenta complementar de coleta de dados.

No que diz respeito à importância dos *apps* como fontes, é possível afirmar através do embasamento teórico (RODRIGUES, 2015) que os softwares são uma fonte de informação importante. Neste espectro ainda, pode-se destacar as ferramentas como uma relevante opção de fonte independente, evitando assim as chamadas fontes oficiais de informação.

Um ponto negativo identificado através do questionário diz respeito à falta de orientação das empresas diante de uma ferramenta digital que pode colaborar na produção jornalística. O pesquisador entende que, ainda que o profissional tenha autonomia na maneira de coleta de dados, a empresa poderia preocupar-se em apresentar as melhores formas de obtenção de dados através de um determinado mecanismo. Como este não era o objetivo principal da pesquisa, o pesquisador não se aprofundou sobre esta situação. Todavia, caberia, em um novo estudo sobre o tema, compreender como as emissoras do segmento poderiam dar mais subsídios tecnológicos e qualificação, para que os profissionais aperfeiçoassem suas técnicas de apuração.

Por fim, o pesquisador considera que os profissionais que fazem a cobertura diária de trânsito em rádios de Porto Alegre fazem parte, intrinsecamente, daquilo que Traquina (2005) classifica como 'tribo jornalística'. Foi possível detectar métodos de produção similares e uma cultura de produção partilhada definida por fatores que vão além das técnicas de seleção e construção da notícia.



Abstract

Knowledge about the conditions of traffic have fundamental importance for people who use the car as a means of transportation in the big cities. Drawing on characteristics such as technical ability, agility of information transmission and mobility, the radiojournalism reporter assumes the role of advising drivers who seek the best routes to reach their destinations. The use of crowdsourcing technology tools, especially from Apple Maps, Waze and Google Maps, is subsidizing journalists in this process. Through a qualitative research using the questionnaire technique, this work collects information to understand how the radiojournalism reporters that make the traffic coverage in Porto Alegre are taking advantage of the crowdsourcing applications as a journalistic source in the area of trafficability.

Keywords: radiojournalism, crowdsourcing, apps, traffic.

Referências bibliográficas:

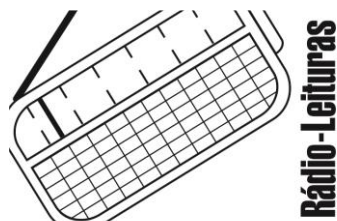
ARAÚJO, Lucas. A web e o jornalismo de dados: mapeamento de conceitos chave. **Revista Dispositiva**, Puc Minas, n. 1, v. 5, p. 144-163, 2016. [ONLINE]
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/11907/9465>

AROLAS, Enrique Estellés; GUEVARA, Fernand. Towards an integrated crowdsourcing definition. **Journal of Information Science**. v. 38, n. 2, p. 189-200, abr. 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. Volume I. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

DEL BIANCO, Nélia. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, vol. XXVII, n. 1, janeiro/junho de 2004.

FIDALGO, Antônio. Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth. Publicado



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

em **Pauta Geral**, Salvador-BA, 2004. [Online]. Disponível em:
<http://www.boocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (organizadoras). **Métodos de Pesquisa**. 1ª Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GREY, J., BOUNEGRU, L. e CHAMBERS, L. **The data journalism handbook**, 2012 [Online] Disponível em: <http://datajournalismhandbook.org/>

HOWE, Jeff. “**The Rise of Crowdsourcing**”. 2006 [Online] .Disponível em:
http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html

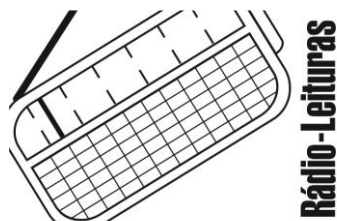
JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2005.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 49 -71

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, vol. 4 n. 10 p. 23-40 julho. 2007. Disponível em:
<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/viewFile/5016/4640>

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma Antropologia do Ciberespaço**. São Paulo: Editora Loyola, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: editora 34, 1999.



Vol 7, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2016
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

LOPEZ, Debora Cristina (2010). **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã, Portugal: LabCom. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. - Salvador. Editora Calandra, 2003.

MANOVICH. Lev (2001). **The language of new media**. Cambridge: MIT Press.

MEDINA, Cremilda (2006). **Povo e personagem**. Canoas-RS. Editora da Ulbra.

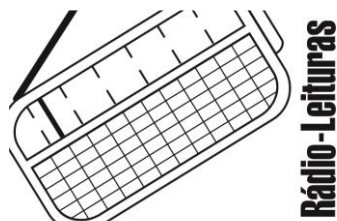
MEYER, Philip. **Precision Journalism**. Bloomington: Indiana University Press, 1973.

MOREIRA, Sônia Virgínia. **O Rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

O'REILLY, Tim. **What is web 2.0** - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Publishing, 2005. [ONLINE] Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O trabalho do antropólogo**: olhar, ouvir, escrever. In: Revista de Antropologia. v.39, n. 1. São Paulo: USP, 1996. [ONLINE]. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ra/article/view/111579/109656>



Crowdsourcing e jornalismo: *apps* de geolocalização como fontes para a cobertura radiofônica de trânsito em Porto Alegre

Eduardo Paganella e Doris Fagundes Haussen

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A Informação no Rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1985. [ONLINE] <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

ORTRIWANO, Gisela. **Radiojornalismo no Brasil**: fragmentos de história. REVISTA USP, São Paulo, n.56, p. 66-85, dezembro/fevereiro 2002-2003. [ONLINE] Disponível em: <http://docplayer.com.br/3794405-Radiojornalismo-no-brasil-fragmentos-de-historia.html>

RODRIGUES, Kelly De Conti. **Jornalismo de Dados**: influência da construção narrativa no agendamento midiático. In: Ciências da Comunicação: Circularidades Teóricas e Práticas Acadêmicas. (Org.s) BULHÕES, Marcelo; MORAIS, Osvando J. Sarapuú. Editora OJM, Editorial, 2015.

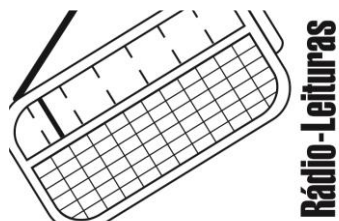
SAMPAIO, Maria Ferraz. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**: memórias de um pioneiro. Rio de Janeiro. Achiamé Livros, 1984.

SCHMITZ, Aldo. **Fontes de notícias**: Ações e Estratégias das Fontes no Jornalismo. Florianópolis. Editora: Combook, 2011.

SEIXAS, Lia. **Gêneros jornalísticos digitais**. Um estudo das práticas discursivas no ambiente digital. In: XIII Encontro Anual da COMPÓS, 2004, São Bernardo do Campo - SP. GT Estudos do Jornalismo, 2004. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/28326490/Generos-Jornalisticos-Digitais>

SEIXAS, Lia. O lugar da narrativa no hipertexto jornalístico. In: **III Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo**, 2005, Florianópolis. Anais do III Encontro, 2005. Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/seixas-lia-lugar-da-narrativa-nohipertexto-jornalístico.pdf>

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – porque as notícias são como são. Florianópolis. Editora: Insular. 2005.



Vol 7, Num 02

Edição Julho – Dezembro 2016

ISSN: 2179-6033

<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

TRIVIÑOS, Augusto. - **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. Editora: Atlas, 1987.