

## **Jornalismo Hiperlocal na Era Digital: perspectivas práticas, conceituais e metodológicas<sup>1</sup>**

Julia Gonçalves Simões dos SANTOS<sup>2</sup>

Juliano Maurício de CARVALHO<sup>3</sup>

André Luís LOURENÇO<sup>4</sup>

Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, SP

### **RESUMO**

O presente artigo apresenta os resultados parciais da pesquisa de Iniciação Científica intitulada ‘Jornalismo Hiperlocal: inovação e cultura digital’, que desenvolve revisão integrativa da produção científica nacional evidenciada na forma de artigos científicos, disponíveis em base de dados gratuitas, no período de 2005 e 2015. Como resultados do estudo apontam-se a existência de uma tendência metodológica de abordagem do tema em três acepções principais: Relato de Experiência, Revisão de Literatura e Análise de Cobertura Jornalística. Como conclusões parciais indica-se que o jornalismo hiperlocal tem se destacado conceitualmente, e em algumas práticas, como um possível movimento de resistência por parte de grupos aliados dos processos de comunicação, de um lado, e como alternativa profissional no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura digital; jornalismo hiperlocal; inovação.

### **1. Introdução**

O advento das novas tecnologias da informação e da comunicação tem alterado a forma como o jornalismo tem se desenvolvido ao longo das últimas duas décadas, seja no

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista (Unesp-Bauru/SP). Membro do Laboratório de Estudos – e-mail: [juliagssantos@gmail.com](mailto:juliagssantos@gmail.com)

<sup>3</sup> Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática e do Curso de Jornalismo, líder do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação o Cidadã) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). Pós-doutorado em Digitalização e Indústrias Criativas (Universidade de Sevilha, Espanha) e Televisão Digital na Europa (Universidade Carlos III de Madri, Espanha), doutor em Comunicação Social (Unesp), mestre em Ciência Política (Unicamp) e bacharel em Jornalismo (PUC-Campinas) – e-mail [juliano@faac.unesp.br](mailto:juliano@faac.unesp.br). Orientador do trabalho.

<sup>4</sup> Mestre e Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, membro do Lecotec (Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação o Cidadã) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). Docente nos cursos de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda e de Jornalismo da Fundação Educacional Dr. Raul Bauab, de Jaú. – e-mail: [andrelorenco.jornalista@gmail.com](mailto:andrelorenco.jornalista@gmail.com). Co-orientador do trabalho.

que diz respeito às formas e técnicas de apuração, seja nos modos de produção de narrativas.

De acordo com Magnoni (2014, p. 43), “a digitalização começou a ganhar relevância no ambiente produtivo dos grandes meios de comunicação na década de 1980”. É com a massificação da utilização de computadores em redações jornalísticas impressas, e posteriormente nos processos produtivos de meios eletrônicos, que a produção de conteúdo é mais fortemente alterada.

Porém, a transformação dos antigos modelos produtivos midiáticos inicia-se com popularização da internet, ocorrida ao longo da década de 1990 e mais fortemente nos primeiros anos do século XXI.

Magnoni (2014, p. 45) explica que o desenvolvimento acelerado do processo de informatização passou a desarticular “antigos arranjos produtivos”, impondo novas exigências aos modelos de negócios já consagrados no campo midiático. Esse contexto modificou, ainda, “padrões e hábitos culturais de produção, difusão, recepção e fruição de mensagens de comunicação”. Isso porque, o fluxo de digitalização e a convergência tornaram-se irreversíveis à atividade da comunicação, seja em razão da multimediação, seja em função da interatividade.

É nesse momento que se destaca a ideia de convergência. De acordo com Carvalho e Carvalho (2014, p. 72), o conceito se refere ao fluxo dos conteúdos por meio de multiplataformas, bem como o movimento migratório da audiência na busca pelo entretenimento. Isso significa que a convergência das mídias pressupõe a participação da audiência na circulação de conteúdos nos ambientes digitais.

Assim, segundo Gomes (2001, p. 03), cada vez mais os conteúdos passam a ser desenvolvidos por uma lógica específica estabelecida por meio da comunicação mediada por computadores, na qual a qualquer momento, sem autorização social e sem grandes investimentos em recursos, “(a) qualquer sujeito pode se tornar emissor, (b) qualquer receptor pode se tornar emissor e vice-versa, (c) qualquer receptor pode se transformar em provedor de informação, produzindo informação e distribuindo-a por rede ou simplesmente repassando informações produzidas por outro”. Nesse sentido, Marques (2006, p. 167)

destaca que a internet se apresenta como um espaço apto, inclusive, a atender demandas individuais.

Carvalho e Carvalho (2014, p. 73) enfatizam que a colaboração passa a ser fator determinante, uma vez que os usuários das redes digitais produzem e consomem informação em tempo real – o que denota a reconfiguração do papel do jornalismo na atualidade, uma vez que não possui, como em outros tempos, o monopólio sobre a produção conteúdos midiáticos. “Nesse sentido, as redes sociais (blogs, Twitter, Facebook etc) também têm papel decisivo, pois além de constituir-se como um lócus para repercutir a vida social, consolidam seu uso dentro e fora do jornalismo”.

E é nesse cenário de convergência que os autores (2014, p. 73) destacam que o jornalismo passa a transformar-se na emergência de adaptar-se ao contexto da circulação da informação em tempo real, de alcance amplo e heterogêneo, e, por consequência, a necessidade de produção de conteúdos para os públicos locais.

Nasce, assim, o conceito de hiperlocal. De modo geral, o hiperlocal atua em duas frentes: uma editorial e outra comercial. Na primeira, com o surgimento da necessidade do leitor de encontrar aquilo que realmente interessa com facilidade, em uma navegação cada vez mais direcionada (favoritos, RSS, Twitter...), os veículos que destacam o trânsito, a segurança ou o time de uma cidade, bairro ou rua, têm maior sucesso. No quesito comercial, o oferecimento de produtos que tenham o foco definido, com potencialidades de criar um relacionamento estreito com o leitor, é um grande atrativo para o anunciante. (CARVALHO e CARVALHO, 2014, p. 73)

Portanto, o jornalismo hiperlocal se refere a um movimento de renovação de perspectivas de atuação dos veículos de comunicação. E isso inclui desde as grandes corporações até as iniciativas independentes de mídia. Isso significa que a perspectiva do hiperlocal tem potencial de renovação na atividade jornalística tanto às grandes organizações midiáticas que pretendem ampliar seu escopo de audiência quanto ao jornalista independente/empreendedor que pretende consolidar e conformar novos públicos.

Por esses motivos, é possível afirmar que o conceito de jornalismo hiperlocal está diretamente ligado à reconfiguração do setor jornalístico que, historicamente, necessita de adaptar-se às novas condições de mercado, de tecnologia e de momentos e exigências

sociais distintas – à semelhança do que ocorreu nos diferentes surgimentos de novas plataformas de comunicação midiática.

Trata-se, portanto, o Jornalismo Hiperlocal, de um conceito novo que carece, necessariamente, de esforços científicos no sentido de sua compreensão. Isso porque, se se apresenta como alternativa interessante sobretudo aos pequenos produtores de jornalismo, cabe à Comunidade Acadêmica debruçar-se sobre o conceito e desenvolvimento de iniciativas em Jornalismo Hiperlocal como forma de sistematização de um fenômeno que pode ser capaz de oxigenar e diversificar a produção de conteúdo no plano digital da esfera pública (CARVALHO e LOURENÇO, 2013).

Neste contexto, este artigo apresenta os resultados parciais da pesquisa de Iniciação Científica intitulada “Jornalismo Hiperlocal: inovação e cultura digital”, desenvolvida no âmbito do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação (FAAC), da Universidade Estadual Paulista (Unesp), com financiamento do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic-CNPq).

O objetivo da pesquisa é o de identificar e sistematizar correntes teóricas, referenciais metodológicos e abordagens utilizadas em produções científicas nacionais para análise do conceito de Jornalismo Hiperlocal na Era Digital. Além disso, o estudo ainda visa esboçar cenários e iniciativas do âmbito nacional relacionadas ao conceito de Jornalismo Hiperlocal na Era Digital;

## **2. Metodologia e procedimentos de pesquisa**

Para o esforço de identificação, sistematização e apresentação de correntes teóricas e metodológicas, bem como um esboço do cenário de uma possível nova cadeia produtiva do jornalismo, a partir de novos arranjos institucionais, a referida pesquisa de Iniciação Científica propõe o desenvolvimento de Revisão Integrativa, que se refere a um método de pesquisa científica que tem por objetivo identificar e resumir a construção empírica e/ou teórica acerca de uma temática ou objeto. “Possibilita a síntese de vários estudos já publicados, permitindo a geração de novos conhecimentos, pautados nos resultados

apresentados pelas pesquisas anteriores”. (BOTELHO, CUNHA e MACEDO, 2011, p. 127)

Para tanto, Souza, Silva e Carvalho (2010, p. 129) apontam que uma revisão integrativa deve seguir seis etapas bem definidas para alcançar seus objetivos metodológicos, baseados na identificação e classificação das produções científicas disponíveis sobre determinada temática.

### **2.1. 1ª Etapa - Identificação do tema**

Segundo Souza, Silva e Carvalho (2010, p. 129), trata-se do momento da construção do objeto a ser pesquisado – etapa esta realizada no momento do desenvolvimento do projeto de pesquisa, ou seja, a produção intelectual brasileira e possíveis cenários produtivos no que diz respeito ao conceito de Jornalismo Hiperlocal na Era Digital.

### **2.2. 2ª Etapa – Estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão**

Após a escolha do tema pelo pesquisador, a etapa seguinte disse respeito ao estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão de produções acadêmicas. O objetivo dessa etapa foi delimitação dos estudos que serão incluídos na revisão ao final do relatório de conclusão da investigação. Esses critérios são fundamentais para orientação e delimitação do corpus de análise e organização lógica da pesquisa (BOTELHO, CUNHA e MACEDO, 2011)

Os critérios de seleção delimitaram que as análises seriam empreendidas em artigos completos disponibilizados em formato digital, publicados em revistas ou anais de eventos científicos em português, no período entre 2005 e 2016, que tratam da temática “Jornalismo Hiperlocal na Era Digital”.

### **2.3. 3ª Etapa: Identificação dos estudos pré-selecionados e selecionados**

De acordo com Souza, Silva e Carvalho (2010, p. 104), a busca em base de dados deve ser ampla e diversificada, desenvolvida em bases de dados físicas (bibliotecas, por exemplo) ou virtuais (em sítios na internet). “Os critérios de amostragem precisam garantir

a representatividade da amostra, sendo importantes indicadores da confiabilidade e da fidedignidade dos resultados”.

A pesquisa em questão se limitou a buscas em bases digitais, de acesso gratuito. Para contemplar a temática alvo do estudo, foram definidos os descritores “Jornalismo Hiperlocal” e “Digital” para nortear o processo de seleção. O objetivo da escolha do primeiro descritor foi o de encontrar artigos que tratassem especificamente dessa nova modalidade de Jornalismo. No caso do segundo descritor, “Digital”, a ideia é que o verbete englobasse expressões como “Era Digital”, “Cultura Digital”, “Jornalismo Digital”, entre outros. Portanto, foram selecionados artigos que continham os dois verbetes.

Foram desenvolvidas buscas nas seguintes bases digitais: Scielo; Portal de Periódicos Capes; Google Acadêmico; Biblioteca Digital da Universidade Federal da Bahia (UFBA); Biblioteca Digital da Universidade de São Paulo (USP); repositório de artigos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Nas bases de dados selecionadas, a partir pesquisa desenvolvida com base nos descritores definidos, foram encontrados: a) Scielo: nenhum artigo foi encontrado; b) Portal de Periódicos Capes: 1 artigo foi encontrado; c) Biblioteca Digital da Universidade federal da Bahia (UFBA): Nenhum artigo foi encontrado; d) Biblioteca Digital da Universidade de São Paulo (USP): 1 artigo foi encontrado; e) Repositório Intercom: 4 artigos foram encontrados; f) Google Acadêmico: 52 menções relativas aos descritores foram encontradas.

O presente estudo estabeleceu foco, então, nos materiais encontrados na plataforma Google Acadêmico, pois os artigos encontrados nas demais plataformas também estavam presentes nos resultados da pesquisa realizada na base de dados Google Acadêmico.

Assim, do resultado da pesquisa realizada no Google Acadêmico, a partir dos descritores definidos, foram encontradas 52 menções aos referidos verbetes, das quais duas menções eram referentes a livros não disponíveis online e três eram artigos repetidos. Mais um artigo foi dispensado em razão de apenas citar o descritor Jornalismo Hiperlocal em uma Tese de Doutorado que compunha suas referências bibliográficas – material que também não interessa diretamente aos objetivos desse estudo.

Portanto, a pesquisa de Iniciação Científica selecionou 48 artigos completos disponibilizados em formato digital, publicados em revistas ou anais de eventos científicos

em português, no período entre 2005 e 2016, que tratam da temática “Jornalismo Hiperlocal na Era Digital”.

#### **2.4. 4ª Etapa: Categorização dos estudos selecionados**

Para Botelho, Cunha e Macedo (2011, p. 131), esse procedimento tem por objetivo “sumarizar e documentar as informações extraídas dos artigos científicos encontrados nas fases anteriores”. Conforme Souza, Silva e Carvalho (2010, p. 104), para extrair os dados dos artigos selecionados, torna-se necessária a utilização de um instrumento elaborado para ser aplicado a cada produção acadêmica selecionada, que seja capaz de assegurar a identificação e sistematização dos dados relevantes. O rigor na produção dessa documentação tem por meta minimizar o risco de erros na transcrição, garantir precisão na checagem das informações e servir como registro.

Para esse estudo, foi elaborado um roteiro de análise dos textos que está organizado na sistematização dos seguintes itens: Título, Autores, Periódico, Palavras-chave, Objetivos, Tipo de Estudo, Técnica de Coleta de Dados, Resultados, Conclusões e Referências Bibliográficas. Esta etapa foi parcialmente elaborada até a data de submissão deste artigo<sup>5</sup>. Isso significa dizer que, dos 48 artigos que compõem o corpus de análise da pesquisa de Iniciação Científica, 08 artigos foram alvo de análise.

#### **2.5. 5ª Etapa: Análise e interpretação dos resultados**

Para Botelho, Cunha e Macedo (2011, p. 133), é neste momento que se empreende a discussão sobre os textos analisados na Revisão Integrativa. “O pesquisador, guiado pelos achados, realiza a interpretação dos dados e, com isso, é capaz de levantar as lacunas de conhecimento existentes e sugerir pautas para futuras pesquisas”. Esta etapa ainda não foi desenvolvida, conforme cronograma de pesquisa.

#### **2.6. 6ª Etapa: Apresentação da revisão/ síntese do conhecimento**

---

<sup>5</sup> O presente artigo foi submetido à Comissão Organizadora do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 11/05/2016.

Segundo Botelho, Cunha e Macedo (2011, p. 133), “essa última etapa consiste na elaboração do documento que deve contemplar a descrição de todas as fases percorridas pelo pesquisador, de forma criteriosa, e deve apresentar os principais resultados obtidos”. Esta etapa ainda não foi desenvolvida, conforme cronograma de pesquisa.

### **3. Resultados parciais obtidos**

A referida pesquisa de Iniciação Científica selecionou 48 artigos completos disponibilizados em formato digital, publicados em revistas ou anais de eventos científicos em português, no período entre 2005 e 2015, que tratam da temática “Jornalismo Hiperlocal na Era Digital”.

Todos os artigos que compõem este estudo já foram selecionados e lidos previamente. Oito desses textos já foram devidamente fichados a partir da utilização de um Roteiro de Coleta de Dados, composto pelos seguintes itens: Título, Autores, Periódico, Palavras-chave, Objetivos, Tipo de Estudo, Técnica de Coleta de Dados, Resultados, Conclusões e Referências Bibliográficas. A escolha dos artigos para fichamento se deu de forma aleatória.

Em razão de a metodologia da Revisão Integrativa ser um método de pesquisa científica que tem por objetivo identificar e resumir a construção empírica e/ou teórica acerca de uma temática ou objeto, ainda são pouco representativos os resultados parciais deste estudo no que tange a sistematização teórico-metodológica que as pesquisas nacionais têm abordado o tema, bem com o esboço acerca de um cenário brasileiro relativo à modalidade de jornalismo hiperlocal.

Porém, é possível apontar que os artigos, até o momento, se apresentaram três diferentes estruturas: Relato de Experiência, Revisão de Literatura e Análise de Cobertura Jornalística.

No caso dos artigos que apresentavam Relatos de Experiência, estes apontavam iniciativas acadêmicas promovidas em cursos de Bacharelado em Jornalismo e voltadas ao desenvolvimento da modalidade de Jornalismo Hiperlocal. Esses artigos apontavam



aspectos positivos da prática do Jornalismo Hiperlocal tanto no desenvolvimento crítico do estudante quanto para a própria comunidade que contextualiza os projetos.

As principais vantagens apontadas por tais artigos dizem respeito à pluralização dos conteúdos no espectro midiático, pois, de certo modo, representa um movimento de resistência do jornalismo em relação ao modelo hegemônico comercial de jornalismo – aplicado nos principais veículos de comunicação de massa e nos próprios jornais-laboratórios. Além disso, o Jornalismo Hiperlocal é um modelo condizente com as perspectivas da cultura digital – que aponta a internet como espaço privilegiado para o local e o comunitário (LEMOS e PEREIRA, 2011).

Os portais baseados em Jornalismo Hiperlocal mostraram-se, nesses Relatos de Experiência, como veículos que dão vozes às comunidades para os quais estão voltados, já que possuem uma íntima ligação com os interesses da coletividade – a exemplo do Portal Contramão, site de notícias e projeto de extensão do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (SLAVIERO e BECKER, 2015).

Em outro artigo, a característica de pertencimento de personagens “invisíveis” também foi notável. Atritando a possibilidade de oferecer diferentes conteúdos com a aproximação e visibilidade de pessoas, o Programa Laboratorial de Áudio “Voz do Silêncio” teve inserção e aceitação bem sucedida (SOUZA, MELO, FERNANDES, ROSA, FERNANDES e BRINCALEPE, 2015).

No caso das Revisões de Literatura, os objetivos centrais eram os de promover debates sobre as possibilidades de desenvolvimento do jornalismo hiperlocal no contexto da Sociedade da Informação e das novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (MIRANDA, VICENTE e CARVALHO, 2015).

O artigo busca evidenciar a revolução tecnológica através de contextualização, a fim de compreender a alteração dos processos de produção e consumo de conteúdos informativos da sociedade. A partir de tais análises, os autores indicam o panorama para o futuro do jornalismo, inserido no meio digital e com grandes possibilidades de desenvolvimento local e hiperlocal.

Outra questão levantada pelos artigos que propuseram o desenvolvimento de Revisões de Literatura diz respeito às influências do Jornalismo Hiperlocal para os leitores,

em comparação com a grande mídia, evidenciando um caráter de possibilidade de pluralização do debate a partir de novas possibilidades jornalísticas. (BALDESSAR e DELLAGNELLO, 2013).

Em artigos que privilegiaram o desenvolvimento de análises de coberturas jornalísticas, as características do jornalismo hiperlocal também aparecem como tendência do fazer jornalismo em mídia impressa tradicional, indicando que o enfoque no local e a participação dos públicos como personagens decisivos na edição dos materiais é uma forte mudança de perspectiva do jornalismo como um todo (BARCELOS, 2013).

Um dos artigos indica que público passa a ser um norteador das ações profissionais jornalísticas em veículos que exercem o jornalismo hiperlocal. Ainda assim, apesar do aumento do papel do repórter-leitor, o artigo aponta que o profissionalismo do jornalista se faz necessário para que características como credibilidade, fontes e a qualidade da informação sejam mantidas. Dessa forma, o jornalista seria um complemento do leitor, tendo sua profissão assegurada (BARCELOS, 2013).

Ao mesmo tempo, outro artigo aponta, diante do contexto histórico de experiências de jornalismo hiperlocal pelo Brasil e pelo mundo, que muitos sites hiperlocais encontram dificuldades em se manter. Os projetos atualmente existentes são financiados por grupos de investidores ou por publicações jornalísticas – são raros os casos em que o modelo se baseia apenas em anunciantes, sendo que o modelo colaborativo para a produção de informação predomina uma característica apresentada em todos os outros artigos analisados (ZAGO, 2011).

#### **4. Considerações parciais**

Ao final do relatório parcial, ainda são tímidas as considerações sobre correntes teóricas, referenciais metodológicos e abordagens utilizadas para análise do conceito de Jornalismo Hiperlocal na Era Digital. Porém, é possível afirmar que ainda são poucas as publicações que tratam desse tema. Isso porque, num recorte de 10 anos, o número de artigos disponíveis ao debate acadêmico que tratam da temática não alcançam a marca de

50 – o que não condiz com as potencialidades acadêmicas e profissionais possíveis de serem inferidas desse objeto.

Dentro do universo de produção acadêmica recortada pelo estudo, pode-se notar que os Relatos de Experiência de iniciativas acadêmicas e a construção de artigos a partir de Revisões de Literatura têm sido as características metodológicas mais comuns dos materiais científicos consultados.

Sobre cenários e iniciativas do âmbito nacional relacionadas ao conceito de Jornalismo Hiperlocal na Era Digital, também foi possível notar iniciativas em dois setores: mídia tradicional e projeto universitário de extensão.

Quando tratado no contexto da mídia tradicional, o jornalismo hiperlocal, e suas características no contexto digital, aparecem como tendência de exercício do jornalismo – seja como nova função, seja como novo modelo de negócio.

No caso das iniciativas acadêmicas, o Jornalismo Hiperlocal é observado do ponto de vista pedagógico como ferramenta de construção crítica do estudante em relação ao seu entorno, bem como na condição de projeto interessante de aplicação de conhecimentos acadêmicos diretamente em prol da comunidade.

É importante ressaltar que, até a elaboração do relatório parcial que sustentou este artigo, o jornalismo hiperlocal tem se destacado conceitualmente, e em algumas práticas, como um possível movimento de resistência por parte de grupos aliados dos processos de comunicação, de um lado, e como alternativa profissional no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação.

## 5. Referências bibliográficas

BALDESSAR, M. J.; DELLAGNELLO, P. H. Jornalismo hiperlocal e o desafio da criação de uma agenda noticiosa internacional plural. *Intexto*, n. 28, p. 60–70, 2013.

BARCELOS, M. S. “Jornalismo cidadão no impresso: coautoria, técnica e ética na participação e produção de conteúdo dos leitores nos jornais da RBS em Santa Catarina.” *Vozes e Diálogo*, 2013.

CARVALHO, J. M. de; CARVALHO, A. M. G. de. Do hiperlocal aos insumos criativos: as mutações do jornalismo na contemporaneidade. In: BRONOSKY, M. E.; CARVALHO, J. M. de (Orgs.). *Jornalismo e convergência*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

CARVALHO, J. M. de; LOURENÇO, A. L.. O incremento da democracia a partir do complemento digital da esfera pública. In: CARVALHO, J. M. de; MAGNINO, A. F.; PASSOS, M. Y. (Orgs). *Economia política da comunicação: digitalização e sociedade*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

GOMES, W.. Opinião pública na Internet: uma abordagem ética das questões relativas à censura e liberdade de expressão na comunicação em rede. In: *Anais X Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós)*. Brasília-DF, 29/05-01/06 de 2001. Disponível em <[www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html](http://www.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/2001.html)>.

LEMO, 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. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo - SP – 12 a 14 de maio de 2011. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0588-1.pdf>>.

MAGNONI, A. F.. Dilemas do Jornalismo na era das redes digitais e da globalização. In: BRONOSKY, M. E.; CARVALHO, J. M. de (Orgs.). *Jornalismo e convergência*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

MARQUES, F. P. J. A. M., Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. In: *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 164-187, 2006.

MIRANDA, G. V.; VICENTE, G. H.; CARVALHO, J. M. O espaço hiperlocal e as novas possibilidades para a produção jornalística. *Acervo On-line de Mídia Regional*, v. 10, n. 1, 2015.

Disponível

em:

<<http://revistas.univerciencia.org/index.php/midiaregional/article/viewArticle/8994>>.

Acesso em: 4 jan. 2016.

SLAVIERO, S., BECKER, M. L. Rotinas produtivas em jornalismo comunitário e colaborativo: uso de web-app como ferramenta de produção. In: *Anais da XX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã*. 2015.

Disponível em: <<http://www.unicentro.br/redemc/2015/anais/DT7/DT7-15.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

SOUZA, Bianca, et al. “Voz do Silêncio.” 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2015/expocom/EX48-0411-1.pdf>>.

ZAGO, G. S. Informações Hiperlocais no Twitter: Produção Colaborativa e Mobilidade. ÍCONE, v. 12, n. 2, 2011. Disponível em: <<http://revistaicone.hipermoderno.com.br/index.php/icone/article/view/>>. Acesso em: 5 nov. 2015.