



CIBER SÃO BORJA¹

Greice MEIRELES²

Mariele CAMPOS³

Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja, RS

RESUMO

Este artigo descreve a experiência na produção do projeto experimental Ciber São Borja, que busca integrar o espaço físico local e o espaço virtual através dos pontos turísticos e de referência da cidade São Borja, fundamentando-se nos conceitos de cibercidades e mídias locativas. São Borja é um município localizado no interior do Rio Grande do Sul que possui um interessante acervo histórico-cultural que é pouco divulgado na internet, para a parcela da sociedade que nessa mídia procura conhecer a cidade. O Ciber São Borja foi projetado para possibilitar que a cidade tenha seus principais pontos turísticos mapeados, descritos e divulgados no ciberespaço através do conceito de cibercidades⁴, assim como iniciar uma nova forma de divulgar informações, através do mapeamento on-line.

PALAVRAS-CHAVE: São Borja; cibercidade; mídias locativas; geolocalização e QR Codes.

INTRODUÇÃO

O conceito de cibercidade concebido por Pierre Lèvy, foi analisando o espaço destinado à cidade dentro do ciberespaço. Segundo Lèvy, a detenção de novas tecnologias de informação por determinada localidade, faz com que esta tenha um grau de desenvolvimento à frente das localidades desprivilegiadas dessas tecnologias, mas que nesses locais, através de política voluntária dos cidadãos pode-se explorar o potencial intelectual, cultural, técnico e social.

Lèvy, identificou processos de relação entre cidades e ciberespaço, os agrupados em quatro grandes categorias: as analogias entre sociedades territoriais e as virtuais; a substituição ou troca das funções das cidades clássicas pelos serviços e recursos técnicos do ciberespaço; a assimilação do ciberespaço a um equipamento urbano ou territorial clássico; e a última, Lèvy considera a mais promissora para o desenvolvimento das cidades físicas e suas comunidades, refere-se à exploração dos diferentes tipos de articulação entre funcionamento urbano e as novas formas de inteligência coletiva que desenvolvem no

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria _____, modalidade _____.

² Aluno líder do grupo e estudante do XIII Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: greice.p.m@hotmail.com.

³ Estudante do XIII Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: mary.d.campos@hotmail.com.



ciberespaço. O espaço virtual, nesse sentido, seria o lugar promissor para ampliar o potencial de inteligência coletiva de determinada comunidade local.

André Lemos, define que “cibercidade é a cidade na cibercultura” (LEMOS, 2004):

As cidades sabemos, são artefatos que se desenvolvem sempre em relação às redes técnicas e sociais. Hoje, dentro desta perspectiva, temos a nossa disposição uma nova rede técnica (o ciberespaço) e uma nova rede social (as diversas formas de sociabilidade online), configurando as cibercidades contemporâneas (LEMOS, 2004).

Pois, mais do que um conceito cibercidade corresponde a inserção de tecnologias da informação e comunicação no meio urbano, as quais estão modificando os hábitos, vivências e modos de se relacionar da população das cidades. Já que entende-se por “cibercidades as cidades nas quais a infraestrutura de telecomunicações e tecnologias digitais já é uma realidade” (LEMOS, 2004).

A partir disso, podemos abordar o conceito de mídias locais como sendo:

(...) dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais até então inédita. Esse conjunto de processos e tecnologias caracteriza-se por emissão de informação digital a partir de lugares/objetos (LEMOS, 2007).

Com isso entendemos que, o espaço físico e o espaço virtual teriam a capacidade de dialogar através de tais dispositivos informacionais.

Baseando-se nesses conceitos de Cibercidades e Mídias locais que o projeto Ciber São Borja (www.cibersãoborja.blogspot.com) foi desenvolvido. Este artigo trata a experiência de produção do projeto que tem o intuito de apresentar a cidade de uma nova maneira de promover o conhecimento histórico, cultural e informacional utilizando a integração dos espaços físicos com as novas tecnologias da informação e da comunicação. Para isto, vale-se de placas informativas que contém QR Codes (*Quick Response Codes*)⁵ e possibilitam o acesso rápido, através de um endereço na internet, a conteúdos jornalísticos em texto, fotos e vídeos. O projeto pretende mapear a cidade a partir dos pontos turísticos e também de alguns de seus pontos de referência ampliando a experiência de consumo, de informações e conhecimento por parte dos seus cidadãos.

2 OBJETIVO

⁵ Código bidimensional em 2D que permite, ser decifrado a partir de celulares e smartphones, com leitores apropriados. Assim, todos os formatos de arquivos disponíveis na internet podem ser gerados, basta apontar o aparelho digital na direção do código com a câmera ligada e o código enviará o link direcionado na internet.



O objetivo principal do projeto é propor a São Borja uma nova maneira de disponibilizar informações, na qual integra o espaço físico e público ao ciberespaço. Neste processo, buscamos integrar o conceito de mídias locativas na qual nos torna possível produzir informações ligadas a São Borja e transmiti-las através de dispositivos móveis, os quais direcionam ao ciberespaço.

3 JUSTIFICATIVA

O ciberespaço é uma área que promete crescente desenvolvimento para os próximos anos, na pesquisa do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação, realizada em 2009, que aponta índices promissores nessa área, quanto ao acesso a internet no país, incluindo a Nova Geração (pesquisa com crianças de 5 a 9 anos), o uso de Rede Sociais e tecnologias móveis. Com isso a pesquisa aponta que o acesso a internet atingirá cada vez mais um público massivo. A sociedade da informação vem se adaptando a esse meio devido à necessidade do imediatismo trazido pela internet, onde:

A disseminação e distribuição instantâneas de informação na forma de sinais eletrônicos na era digital se processa de maneira tão rápida que conseguiu fazer com que, pela primeira vez na história, uma mídia alcançasse patamar de audiência como jamais nenhuma tradicional atingiu. (BARBOSA. Suzana, 2001 p.02)

Nesse sentido, a internet serve como um suporte extremamente eficaz. A busca da informação que antes exigia um maior espaço de tempo, hoje é alcançada em poucos segundos. Assim, o ciberespaço, surge para trazer informação à distância de um clique do internauta. Basta, ele estar conectado à internet, em questão de instantes os conteúdos baixarão na página, trazendo ao internauta o acesso às últimas notícias ou a qualquer outro assunto que estiver procurando, no país, no mundo e também no ambiente em que está inserido.

Considerando que a internet possibilita que o indivíduo encontre informações de qualquer parte do mundo. A partir daí leva-se em conta que ele também precisa saber sobre o que acontece em sua volta, pois:

“As culturas locais podem ser potencializadas pelo uso da internet ao invés de serem sucumbidas a ela, através da facilidade de produção e divulgação do conteúdo relacionado a temas próprios da região... Ao contrário de estimular a homogeneização, uma das possibilidades da internet é reforçar vínculos com o que é próprio da cidade e do estado” (BRIGNOL, Liliane. 2002, p.2 e 3).



Nesse sentido, pretendemos que São Borja, uma cidade do interior do Rio Grande do Sul com 61.433 mil habitantes⁶, tenha um pouco mais de visibilidade, pois possui um acervo histórico-cultural pouco explorado. No meio eletrônico, os conteúdos disponíveis nessa área, em sua maioria, estão relacionados a informações básicas sobre a localização do município, exposição de alguns pontos turísticos, breves descrições da história e cultura de São Borja e, também, a versão online de um dos três jornais impressos produzidos na cidade, mais um portal de notícias. Por São Borja apresentar um escasso material para acesso a informação jornalística e pesquisa na área de turismo e cultura, este projeto experimental é destinado a suprir essa falta de conteúdo na *web*. O ciberespaço foi o meio escolhido porque os conteúdos disponibilizados através dele alcançam, além dos habitantes de São Borja, todas as pessoas interessadas em saber informações sobre a cidade.

Com isso, buscamos desenvolver um projeto que incentivasse novas interações sociais através dos espaços públicos, pois é pretendido que o Ciber São Borja tenha seus principais pontos turísticos descritos e o meio escolhido possibilita com que o objetivo seja alcançado através da multimídia, que se caracteriza como sendo a:

Convergência dos formatos das mídias tradicionais (Imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico. A convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade (MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos, 2003).

Sendo assim, a multimídia permite que haja maior contextualização das informações que se pretende transmitir, pois engloba os diversos formatos midiáticos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização do Ciber São Borja, nos utilizamos de um amparo teórico baseado em diversas bibliografias e estudos no ramo do ciberespaço, usamos teóricos como Pierre Lèvy, André Lemos, Susana Barbosa, Marcos Palacios e Liliane Brignol.

O conteúdo foi produzido seguindo as etapas de seleção da informação, tratamento de dados, apuração, redação e finalização. Para compor o conjunto de informações, tanto escritas como audiovisuais, nos utilizamos do método histórico, conforme Marconi e Lakatos, “é importante pesquisar suas raízes para compreender sua natureza e função”, sendo assim, para mapear São Borja precisamos conhecer melhor a respeito do município e selecionar os pontos que o caracterizam, através de sua história, costumes e crenças, com o

⁶ Resultados do Censo do IBGE 2010, disponíveis em: <http://www.ibge.gov.br/censo2010/dados_divulgados/index.php?uf=43> Acessado em: 21 de novembro.



resgate de bibliografias referentes a São Borja, além de trabalhos já realizados no setor de turismo em São Borja, arquivos de acervo documental.

Realizamos também visitas aos pontos e conversas com os responsáveis pelos locais e pessoas habilitadas a falar sobre o assunto procurado. Durante esse processo de apuração e produção usamos o método empírico, pois nos valemos da observação direta e percepção do objeto para trazer ao conteúdo, descritivas detalhadas sobre os pontos mapeados.

Para viabilizar tecnicamente o projeto, fizemos uso de câmeras digitais semi-profissionais, câmeras fotográficas digitais, aparelhos celulares e um blackberry com leitor de QR Codes. As videoreportagens foram gravadas em um estúdio amador. Para a edição do material em áudio usamos Adobe Soundbooth CS5 e quanto às edições de vídeos utilizamos os programas Windows Live Movie Maker e Adobe Premiere Pro CS5.

Na fase de armazenamento e divulgação do conteúdo jornalístico, publicamos no sistema de informação Blogger no endereço eletrônico: www.cibersaoborja.blogspot.com, já as fotos foram disponibilizadas no seguinte endereço do Flickr: www.flickr.com/photos/cibersaoborja/. Os vídeos foram publicados em um canal no YouTube: www.youtube.com/user/CiberSB. Todo o conteúdo foi reunido no mapa público no Google Mapas com o seguinte endereço: <http://goo.gl/maps/BnHf>.

Por fim, entramos em contato com a Prefeitura Municipal de São Borja a fim de conseguirmos apoio relacionado à aplicação dos QR Codes. A afirmação do apoio se deu durante visitas contínuas ao setor de turismo. No primeiro momento apresentamos a proposta do projeto e explicamos sua função. Outras visitas ainda foram feitas para conseguir dados complementares na elaboração dos conteúdos, também as visitas valeram para que a equipe da secretaria conhecesse um pouco melhor a funcionalidade do projeto. Nas últimas visitas firmamos então o apoio total na confecção das placas, quando levamos a relação das empresas capacitadas para que abrisse assim a licitação para a liberação da verba. Consideramos que parcerias, como essa, são importantes para a divulgação e popularização do projeto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto Ciber São Borja dividiu-se na cobertura informacional dos pontos turísticos e alguns de referência em São Borja. No ciberespaço, junto ao mapeamento de cada ponto, foi anexada uma resenha jornalística, contendo informações adicionais e novas, conforme o tratamento jornalístico das informações obtidas através das fontes procuradas. Videoreportagens e fotos também compõem o mapeamento, pois servem para que o



internauta consiga ter uma maior identificação com os lugares, além de conhecer mais os detalhes do ponto trabalhado.

O projeto concentra-se no blog (www.cibersaoborja.blogspot.com), um lugar no ciberespaço para publicar os textos mais enxutos da nossa produção, explicar mais sobre o projeto, indicar links e outros serviços que estamos utilizando como o Google Maps, o YouTube e o Flickr, também nele as pessoas podem comentar a respeito dos pontos e interagir conosco.

As postagens no Blogger foram feitas, assim que estávamos com parte das resenhas prontas, postamos setes no mês de outubro em caráter experimental, apenas para termos uma idéia geral de como ficaríamos no blog, no mês de novembro postamos as restantes. Tentamos postar em ordem de classificação, postando de modo que no home primeiro ficassem os museus da cidade, seguidos por alguns lugares de referência como Biblioteca Municipal, Ponte de Integração, Cais do Porto e Mausoléu Getúlio Vargas, logo virem as praças da cidade e outros lugares de lazer, o estádio, então, locais de referência religiosa, os monumentos e por fim, os clubes e centros de tradições gaúchas de mais destaque. Para o conteúdo das resenhas estipulamos um padrão, deveria conter a localização, o que é o local, qual a utilidade, sua significação ao município, se tiver, e logo a disponibilidade de transporte público perto do lugar. As resenhas seriam postadas no blog acompanhadas de no mínimo três fotos, o vídeo-reportagem e a hiperlinkagem que direciona ao álbum de fotos do ponto. Há ainda um espaço com instruções de funcionamento dos QR Codes e lista de aparelho móveis com suporte para o aplicativo leitor deste código.

A utilização do Google Maps está em demarcar, através da geolocalização, os pontos mapeados em São Borja, anexando a eles um pequeno texto descritivo do lugar, link para fotos e uma vídeoreportagem, também indicamos os pontos de transporte público e horários disponíveis perto do local. Procuramos e estudamos outros mecanismos de geolocalização disponíveis gratuitamente na internet, a fim de escolhermos um para utilizar no projeto, tais serviços podemos destacar o Wikimapia⁷, UMapper⁸, Scribble Maps⁹ e o Quikmaps¹⁰. Optamos pela utilização do Google Maps, por sua interface ser mais simples e dar a possibilidade de anexar no mesmo marcador textos, imagens e vídeos. Apesar de ter

⁷ <http://wikimapia.org/>

⁸ <http://www.umapper.com/>

⁹ <http://scribblemaps.com/>

¹⁰ <http://www.quikmaps.com/>



uma falha quanto a função híbrido, onde os nomes das ruas estão visivelmente desfocados das imagens próprias das ruas. Tentamos comunicar o problema a empresa, mas não conseguimos um contato eficaz.

Por todas as suas funcionalidades, concluímos que o Flickr é a opção mais viável para publicarmos as fotos capturadas na produção do Ciber São Borja. Apesar de o site possuir um limite de 100 Mg de largura de banda por mês, o Flickr monitora a quantidade de bytes em circulação nos *uploads* e não o espaço ocupado, ou seja, mesmo que antes de completar um mês, se apague alguns arquivos para fazer novos *uploads*, não será possível. Para o Flickr a princípio planejamos um padrão quanto à quantidade de imagens que seria entorno de 15 fotos por ponto, cada um dos pontos teria um álbum, mas no decorrer da produção percebemos que alguns pontos renderiam poucas fotos e outros atingiriam além do planejado, decidimos por no máximo de 25 em cada álbum, sendo que aos que não atingissem essa meta, publicaríamos apenas as imagens conseguirmos.

O YouTube foi o serviço escolhido para a publicação do material em vídeo, pois permite hospedar qualquer vídeo, desde que não seja protegido por *copyright*. O conteúdo publicado no YouTube pode ser facilmente incorporado em blogs, *websites*, redes sociais e até em alguns serviços de mapeamento na internet. O site torna possível fazer comentários e ainda deixar os vídeos mais interativos, adicionando anotações, que criam uma espécie de balões com explicações na própria tela do vídeo, pode ser colocar legendas e fazer listas de reprodução para reproduzir automaticamente uma sequência de vídeos. O YouTube serve perfeitamente para nossa proposta, além de podermos incorporarmos o conteúdo postado no blog do projeto, podemos colocar diretamente na descrição dos pontos demarcados no Google Maps.

No espaço físico e público, onde se localiza cada ponto turístico, serão afixadas placas informativas contendo os QR Codes (*Quick Response Codes*), como forma de se transmitir informações sobre o local, o ambiente ou o monumento.

6 CONSIDERAÇÕES

O Ciber São Borja nos permitiu colocar em prática os processos e as formas do fazer jornalístico adquiridos durante o período de graduação. Ao longo do projeto podemos obter conhecimentos sobre as novas pesquisas relacionadas na área do ciberespaço e também explorar as novas maneiras de obter e transmitir informações.

Atingimos os nossos objetivos no que refere-se à apresentar a cidade de São Borja a integração entre o espaço físico e público com o ciberespaço, assim, como uma nova forma



de transmitir informações, com o uso dos QR Codes, que é um serviço totalmente novo no Brasil, pois está em fase inicial, sendo aplicado em poucos locais. Também foi possível se utilizar dos diversos serviços de disponibilização e publicações de informações.

Tecnicamente, no caso das videoreportagens, o material visual não ficou com a qualidade esperada devido aos aparatos amadores, contudo o conteúdo atingiu o objetivo que projeto se propunha.

Os conceitos de cibercidade e mídias locativas, tem muito a serem explorados devido a criação das novas tecnologias da comunicação e da informação, conforme vão se incorporando novos aplicativos que torne possível a integração do espaço físico com o virtual, ocupado pelas cidades.

A consolidação do projeto trouxe para São Borja sua integração no espaço virtual através de seus pontos de turismo e de referência, promovendo os aspectos culturais, sociais e intelectuais através das informações disponibilizadas.

A partir do Ciber São Borja, pretendemos dar continuidade ao processo de mapeamento e descrição dos espaços físicos de São Borja e expandir a proposta do projeto, primeiramente, às cidades do pampa gaúcho, onde estão implantados os demais campus da Universidade Federal do Pampa. O primeiro passo, para a expansão pretendida se dará a partir da criação do projeto de extensão denominado “Ciberpampas”.

O projeto Ciber São Borja também servirá como um elemento fundamental para o nosso ingresso na carreira profissional, nos capacitando a executar projetos com a mesma proposta ou ainda a aprimorando, com novos métodos que surgirão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil : 2005-2009I*. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/indicadores-cgibr-tic-especial5anos?pais=brasil&estado=rs&academia=academia&age=de-16-a-24-anos&education=superior&purpose=pesquisa-academica>> Acessado em 03 de Dez, 2010.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de Codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 2004.

LÈVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos (orgs). *Modelos de jornalismo digital*. Salvador. Edições GJOL; Calandra, 2003.



RECUERO, Raquel. et al. *Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Fernando. In. RECUERO, Raquel. et al. *Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PINHO, J.B. *Jornalismo na Internet*. São Paulo: Summus, 2003.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são*. Florianópolis: Insular/ Pósjur UFSC, 2004.

WARD, Mike. *Jornalismo online*. São Paulo: Rocca, 2006.

Artigos

AQUINO, Maria Clara. *Um resgate histórico do hipertexto: o desvio da escrita hipertextual provocado pelo advento da Web e o retorno aos preceitos iniciais através dos novos suportes*. 2006.

BARBOSA, Suzana. *Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais*. Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Campo Grande, 2001.

BARBOSA, Suzana. *Sistematizando conceitos e características sobre o jornalismo digital em base de dados*. In: Jornadas Jornalismo On-line. 2005: Aspectos e Tendências. Portugal, 2005.

BASTOS, Helder. *Ciberjornalismo e Narrativa Hipermedia*. Portugal, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Disponível em <http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/ciberjornalismo_e_narrativa_hipermedia.pdf> . Acessado em 13 de julho de 2010.

BRIGNOL, Liliane. *Internet e sociabilidade: o uso da rede na reconstrução das identidades*. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa Tecnologias da Informação e da Comunicação, XXV congresso Anual em Ciências da Comunicação, Salvador/BA, 2002

CANAVILHAS, José Manuel Messias. *Webjornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web*. Portugal, Universidade da Beira Interior, 2001. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>.

LEMOS, André (org). *Cibercidade: As cidades na cibercultura*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

LEMOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2ª ed., 2004, p. 70.



LEMOS, André. *Mídia Locativa e Territórios Informacionais*. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf> Acessado em: 29 de Ago, 2010.

MIELNICZUK, Luciana. *As características e implicações do jornalismo na web*. Apresentado no II Congresso da SOPCOM, Lisboa, 2001.

Revistas

EPOCA. Publicada em: 10 de mai, 2010. As 17horas e 17minutos. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI137353-15228,00.html>> Acessado em: 27 de Nov, 2010.

INFO ONLINE. Publicada em: 23 de Nov, 2010. Às 10 horas e 12 minutos. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/foursquare-atinge-4-5-milhoes-de-usuarios-23112010-6.shl>> Acessado em: 27 de Nov, 2010.

INFO ONLINE. Publicada em: 21 de Abr, 2009. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/professional/network/aponte-a-camera-para-o-qr-code.shtml>> Acessado em: 27 de Nov, 2010.

PORTAL IG. Publicada em: 08 de Jul, 2010. Às 10 horas e 42 minutos. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/noticia/2010/07/08/foursquare+ainda+e+para+poucos+9533381.html>> Acessado em: 27 de Nov, 2010.

VEJA. Publicado em: 29 de Nov, 2010. Às 11 horas e 52 minutos. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/tag/foursquare/>> Acessado em: 27 de Nov, 2010.

Sites

GOOGLE MAPS. Disponível em: <<http://maps.google.com.br/support/bin/answer.py?answer=22040&cbid=y36hkb0tvgmq&src=cb&lev=%20answer>> Acessado em: 22 de Nov, 2010.

GOOGLE MAPS. Disponível em: <<http://maps.google.com.br/support/bin/answer.py?answer=7060&cbid=-1rfqctberl7dj&src=cb&lev=%20index>> Acessado em: 22 de Nov, 2010.

GOOGLE EARTH. Disponível em: <<http://www.google.com/earth/index.html>> Acessado em: 22 de Nov, 2010.