

JORNALISMO E DISPOSITIVOS MÓVEIS: ASPECTOS DA MOBILIDADE E DAS ESTRUTURAS MULTIPLATAFORMAS NA PRODUÇÃO E NO CONSUMO DE NOTÍCIAS*

Alisson Gutemberg
PPGCS / UFRN

Resumo: De modo geral, o jornalismo online tem sua gênese nos anos 1990 com a transposição de conteúdos do impresso, do rádio e da TV para a web. Ainda assim, ao longo do tempo, o seu desenvolvimento tem se dado de modo gradual. Quanto a isso, por exemplo, autores como Marcos Palacios et al (2005) chegam a falar em quatro gerações distintas. No entanto, o advento de dispositivos móveis conectados em rede, como smartphones e tablets, tem reconfigurado o campo ao imprimir novas práticas tanto na rotina produtiva, bem como no conteúdo. Por isso, pesquisadores como Suzana Barbosa (2013), Fernando Firmino da Silva (2016) e Ramón Salaverría (2016), por exemplo, demarcam um novo paradigma para o campo, o jornalismo móvel e/ou ubíquo. E este é o cerne desta abordagem.

Palavras-chave: jornalismo online; jornalismo móvel; dispositivos móveis.

1. Introdução:

Basicamente, este conteúdo está dividido em duas partes: características, origem e desenvolvimento do jornalismo online; jornalismo online e aspectos de sua quinta geração: ubiquidade e interconexão. Este recorte, porém, não foi definido de maneira abrupta. Mas sim como uma escolha epistemológica; pois, a meu ver, se pretendo falar sobre as novas configurações do jornalismo online, em meio a um contexto de mobilidade e conexões generalizadas, antes, contudo, é necessário compreender as bases desse processo, sua formação e desenvolvimento.

Para tal, na primeira parte do texto, debato algumas das características do jornalismo online e suas origens ao apontar diferentes fases e cada um dos traços constituintes. Por sua vez, no segundo tópico, me concentro nas mudanças específicas no exercício jornalístico ocasionadas após o advento da premissa da mobilidade oriunda do desenvolvimento de aparatos técnicos conectados em rede. Trata-se, desse modo, a partir da classificação inicial empreendida por Marcos Palacios et al (2005), de uma quinta geração das etapas de desenvolvimento do jornalismo online (BARBOSA, 2013). E este é o aspecto central deste trabalho.

*XVI Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e XIII Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online

2. Características, origem e desenvolvimento do jornalismo online:

É consenso que o desenvolvimento e consolidação da internet (com ênfase maior em sua fase da web 2.0) tem reconfigurado a cadeia produtiva do jornalismo consolidada no século XX; pois, de modo geral, tem descentralizado o processo de produção e circulação das notícias. Quanto a isso, autores como André Lemos (2007) e Pierre Lévy (2010), por exemplo, falam de uma era pós-massiva definida por características como “liberação da palavra” e “conexão generalizada”. E o jornalismo online é um dos produtos que tem “personificado” essa reconfiguração. De acordo com Marcos Palacios (1999; 2002), entre as principais características desse modelo estão: 1) multimidialidade / convergência, 2) interatividade, 3) hipertextualidade, 4) memória, 5) atualização contínua e 6) personalização. Todavia, em sua tese de Doutorado, a esses fatores, a pesquisadora Carla Schwingel (2008) acrescenta: 7) flexibilização dos limites de tempo e espaço e 8) utilização de ferramentas automatizadas no processo de produção.

Com relação à multimidialidade / convergência, a primeira característica, trata-se da utilização de texto, som e imagem na construção da narrativa jornalística. A convergência aparece, nesse caso, como parte do processo de digitalização da informação e da ampliação dos suportes. Por sua vez, a interatividade remete à integração do usuário no processo de produção jornalística. Já a hipertextualidade é a própria estrutura do protocolo da *World Wide Web*, a natureza do ciberjornalismo. Trata-se das conexões entre os conteúdos. É a teia que se constrói e é percorrida ao deslocar-se por informações. E essa característica permite que os conteúdos sejam trabalhados, construídos, em termos de contexto e profundidade (PALACIOS 1999; 2002). Por outro lado, a personalização do conteúdo consiste na possibilidade de o usuário escolher o conteúdo que deseja receber, e, além disso, remete aos sistemas de recomendação de conteúdo típicos do jornalismo online (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012).

Já a memória, reflete a capacidade de arquivar, conservar e acumular a informação. Por sua vez, a atualização contínua trata da possibilidade de a cada momento acrescentar informação na plataforma. Essa particularidade, por exemplo, gerou o fim do horário de fechamento de conteúdo nas redações, alterando as rotinas produtivas (PALACIOS 1999; 2002). A flexibilização de tempo e espaço, por outro lado, se ampara na possibilidade que o jornalista ou cidadão, no caso do jornalismo colaborativo, tem de usar a quantidade de tempo e espaço que deseja ao compor uma matéria. E, por fim, o uso de ferramentas automatizadas, no processo de produção, refere-se ao uso de sistemas de gestão de conteúdos para organizar, e otimizar, as informações (SCHWINGEL, 2008). Mas qual a origem do jornalismo online? E como ele tem se desenvolvido ao longo do tempo?

Com relação à origem do jornalismo online, pode-se apontar que, com o processo de popularização da internet, ainda nos anos 1990, o jornalismo vislumbrou nesse ambiente um novo espaço para divulgação de notícias. Quanto a isso, os primeiros passos foram dados pelos veículos impressos que passaram a construir sites voltados para a disponibilização de seus conteúdos em formato digital. Ainda assim, esse desenvolvimento não se deu da noite para o dia. Trata-se, antes disso, de uma construção gradual edificada por meio de etapas distintas. De acordo com Marcos Palacios et al (2005), por exemplo, de modo geral, pode-se situar o jornalismo online em quatro fases: a primeira é demarcada pela transposição dos veículos impressos; uma vez que o jornal impresso era digitalizado e disponibilizado na íntegra para os leitores na nova plataforma.

Por outro lado, a segunda recebe o nome de metáfora do impresso; pois, reflete um momento em que os produtos começaram a apresentar serviços e informações específicos para a internet, mas sem se distanciar da estrutura do jornal impresso ou da revista. Nessa fase, os

jornais disponibilizavam seus conteúdos online em um layout próprio da web. No entanto, as notícias se mantinham as mesmas do impresso inclusive na linguagem. Por sua vez, o jornalismo de terceira geração demarca o momento em que os produtos e serviços passaram a ser propostos de forma específica para a web e começaram a integrar o rádiojornalismo, o telejornalismo etc., configurando-se, assim, como um produto multimídia e com uma linguagem própria. Ao explorar, por exemplo, a questão da hipertextualidade. No entanto, ainda, com um processo de produção totalmente controlado pelos jornalistas. Há também o jornalismo de quarta geração, que é definido pela participação do público na produção, ou seja, um modelo de jornalismo que emergiu justamente com as possibilidades colaborativas no processo de construção da notícia. Nesse caso, trata-se de um modelo oriundo da cibercultura, do advento da web 2.0, e que se estabeleceu em um contexto pós-massivo de produção e distribuição de conteúdos (LEMOS, 2007).

Porém, para além da classificação proposta por Palacios et al (2005), Suzana Barbosa (2013) chega a falar em uma quinta geração do jornalismo online; pois, a autora reconhece os dispositivos móveis digitais como agentes causadores de inovação no campo. Nesse caso, a quinta geração seria aquela que acumula, abarca, não apenas as características de todas as anteriores, mas, também, elementos como dispositivos móveis digitais e aplicativos enquanto meios de produção e distribuição de conteúdo jornalístico. Diante disso, fala-se de um jornalismo móvel em função justamente da popularização de smartphones e tablets, conectados em rede, e do aumento na utilização desses artefatos. Configurando-se, assim, como um tipo de jornalismo marcado pelo uso de tecnologias móveis digitais e por conexões de redes sem fio.

3. Jornalismo online e aspectos de sua quinta geração: ubiquidade e interconexão

De acordo com Stefanie Silveira (2017), a consolidação dos dispositivos móveis digitais possui números sem precedentes. Por exemplo: o rádio demorou mais de trinta anos para alcançar uma audiência superior a cinquenta milhões de pessoas; a televisão mais de uma década. A Internet, por sua vez, quatro anos; já o primeiro smartphone apenas dois. Além disso, desde então, os smartphones se transformaram na principal via de acesso à internet em diversos países do mundo, incluindo o Brasil. Nesse novo ambiente, multiplataforma, o nosso relacionamento com o conteúdo tem se tornado portátil, personalizado e participativo (SILVEIRA, 2017). Uma mudança que, além de tecnológica, também é cultural, social e política

De modo substancial, ao engajar sentidos diferenciados e novas formas de habitar o espaço urbano, os dispositivos móveis remodelaram as relações entre usuários, tecnologia e cidade; acarretando, assim, na formação de espaços híbridos (SOUZA e SILVA, 2006). Um tipo de espaço diferenciado que, de acordo com Adriana de Souza e Silva (2006), emergiu com a migração das comunidades online para o espaço físico através das interfaces dos dispositivos móveis; interfaces essas quem têm transformado a maneira como as pessoas circulam na cidade, trocam informações, interagem, constroem relacionamentos amorosos e consomem conteúdo.

Nesse cenário, o conteúdo jornalístico, mais especificamente, tornou-se “onipresente” e acessado em múltiplos formatos e dispositivos (PURCELL et al *apud* SILVEIRA, 2017). Por isso, como aponta Fernando Firmino da Silva (2016), coadunando com as ideias de Suzana Barbosa (2013), esse contexto demarcado por dispositivos móveis conectados em rede configura-se como um novo paradigma do campo. E, nesse caso, um dos aspectos a se considerar é justamente o processo de inovação que esse novo paradigma tem acarretado por

meio da inserção dos dispositivos móveis como elementos centrais na produção e no consumo de conteúdos noticiosos (SILVA, 2016).

Quanto a isso, Silva (2016) cita a experiência do *The Guardian Mobile Innovation Lab* que busca o desenvolvimento de novos formatos e narrativas para um tipo de jornalismo integrado, com conteúdos produzidos por smartphones, por exemplo, mas que podem circular por outras telas ao agregar diferentes linguagens como áudio, vídeo, textos etc. O projeto do *The Guardian*, nesse caso, está voltado para algumas propostas centrais do jornalismo móvel, como, por exemplo, a possibilidade de cobertura imediata ao vivo por *streaming*; por meio de um dispositivo móvel conectado em rede, o que permite o desenvolvimento de uma cobertura jornalística diretamente do local do acontecido sem a necessidade de deslocamento de uma grande equipe de reportagem.

Basicamente, como aponta Stafanie Silveira (2017), pode-se compreender o conceito de mobilidade no jornalismo como sendo o princípio pelo qual se escabece essa conexão entre máquina / dispositivo e suas interações com o ser e com um novo espaço urbano, o espaço híbrido, para a atuação jornalística. Todavia, ainda assim, o jornalismo móvel se insere em um cenário de imediatismo que é inerente à produção de notícias; pois, a verdade é que a mobilidade não é uma característica própria do jornalismo contemporâneo. Trata-se, antes disso, de uma relação que ocorre desde os primórdios do exercício jornalístico. No entanto, nesse caso, a mudança atual consiste na mobilidade aliada a uma conexão ubíqua e contínua do leitor e em todas as transformações que o hibridismo dos espaços gera em processos como leitura, interação, produção, distribuição e localização de conteúdo (SILVEIRA, 2017).

A configuração atual, movida pela estrutura móvel de comunicação, tornou o jornalismo uma atividade distinta ao se distanciar da estrutura tradicional ao passo em que passou a permitir a emissão de conteúdo em mobilidade, por meio de dispositivos móveis conectados em rede. Klaus Bruhn Jensen (2013), por exemplo, afirma que a mídia e as práticas comunicativas são móveis há um bom tempo; no entanto, os telefones celulares e outros artefatos de tecnologia digital móvel ampliaram essa perspectiva na medida em que passaram a construir interações significativas dentro de uma nova e ampla gama de contextos ao aliar espaços físicos e digitais em conexão ubíqua e permanente. Na verdade, de modo geral, tanto a produção de conteúdo jornalístico como a esfera do consumo vincula-se a um novo cenário em mutação que emergiu das novas capacidades tecnológicas oriundas dos dispositivos móveis conectados em rede (NUNES; SILVA, 2012).

Quanto a isso, como destacam Emmanuela Cristine Leite Nunes e Fernando Firmino da Silva (2012), a portabilidade dos equipamentos aliada à ubiquidade que as conexões disponibilizam desencadearam processos de reestruturação sócio-técnica para um novo modelo de jornalismo. E é por isso que, ao compartilhar das ideias de Silva (2016) e Barbosa (2013), Ramón Salaverría (2016) é um outro pesquisador que também argumenta que nesse cenário o que tem se observado é uma nova fase do jornalismo. Fase essa, inclusive, que ele classifica de jornalismo ubíquo. Um modo de circulação em que as notícias permanecem ao alcance das pessoas em todo momento e lugar e que se adapta automaticamente aos interesses e necessidades pessoais (SALAVERRÍA, 2016).

Nesse jornalismo onipresente, que, segundo Salaverría (2016), se distingue dos anteriores, entre outras coisas, pelos múltiplos sensores e telas que nos rodeiam, a informação sai ao encontro dos usuários poupando o esforço de buscá-la. Por isso, não se trata apenas de o usuário ter consigo um dispositivo a partir do qual possa consultar a informação constantemente; mas, sim, também, de uma oferta informativa personalizada e ininterrupta (SALAVERRÍA, 2016). Para tal, visando facilitar o acesso às informações disponíveis atualmente e filtrar as consideradas de maior relevância para os usuários, os “canais” têm aderido à “curadoria” de conteúdo digital (CORRÊA; BERTOCCHI, 2012); uma espécie de filtro que seleciona os assuntos pertinentes para o consumidor. Haja vista que, de modo geral,

como demonstram os estudos de Elizabeth Saad Corrêa e Daniela Bertocchi (2012), a curadoria “aprende”, por meio de algoritmos, o modo como o usuário costuma navegar e quais as notícias que mais consome, para, assim, selecionar as informações que devem ser enviadas e sugeridas em suas telas.

E os últimos avanços no âmbito da robótica e da internet das coisas, como aponta Silveira (2017), demonstram ainda que tanto o consumo como a produção de conteúdos jornalísticos têm investido em sistemas interconectados de dispositivos que permitirá uma comunicação cada vez mais personalizada e corpórea com a informação – através da voz, dos gestos, do movimento dos olhos etc. (SILVEIRA, 2017). A *Amazon*, por exemplo, como destaca Silveira (2017), lançou em 2015 a caixa de som *Amazon Echo* que funciona como um assistente pessoal que responde a comandos de voz. Ao dizer: Alexa, me dê as notícias. A assistente oferece ao usuário uma seleção de notícias e reportagens personalizadas. E o *Google* também lançou em 2016 um assistente pessoal, o *Google Home*, bastante semelhante em formato e em funcionamento ao da *Amazon*. Sendo assim, como bem aponta Silveira (2017), o que todo esse cenário tem demonstrado é que construir conteúdos para dispositivos móveis digitais e distribuí-los ao público não é simplesmente tornar menor o texto. A experiência de consumo é outra. É uma experiência diferente e transformada (SILVEIRA, 2017). O produto do jornalismo ubíquo, móvel, não é uma versão menor, mas, sim, uma versão que se adapta aos contextos de vida e consumo do usuário imerso em condições de mobilidade e ubiquidade, por exemplo (SILVEIRA, 2017). Um cenário social, cultural, econômico e político que tem elevado o jornalismo online a uma nova fase (SILVA, 2016; BARBOSA, 2013; SALAVERRÍA, 2016).

4. Conclusão:

Como aponta Jorge Pedro Sousa (2008), tendo sua gênese ligada ao século XVII (relacionado com as gazetas europeias), o jornalismo só se profissionalizou e se expandiu nos séculos XIX e XX. Por sua vez, essa profissionalização da atividade jornalística caminhou lado a lado com a racionalidade moderna, alicerçada na premissa do paradigma científico, ao instituir métodos, técnicas e padrões ao processo de construção das notícias. No entanto, o desenvolvimento dessa rotina produtiva se estabeleceu em um contexto social e cultural diferente do atual, anterior ao advento da internet. Ferramenta que possibilitou, nesse caso, o desenvolvimento de uma nova modalidade jornalística; o jornalismo online.

Nesse caso, trata-se de uma modalidade que se desenvolveu por meio de uma lógica distinta de produção e circulação de notícias. De acordo com Marcos Palacios et al (2005), pode-se apontar quatro fases distintas do jornalismo online: 1) transposição do impresso para a web; 2) espelho do impresso; 3) jornalismo de terceira geração; e, por fim, 4) jornalismo de quarta geração. No entanto, para além dessas quatro fases, pesquisadores como Suzana Barbosa (2013) e Fernando Firmino da Silva (2016) enxergam uma outra, um jornalismo de quinta geração; fruto da disseminação de dispositivos móveis conectados em rede, como smartphones e tablets, que têm alterado os processos de produção e circulação das notícias. Formando-se, assim, um tipo de jornalismo móvel. Um jornalismo que figura em meio aos processos de constituição de um ambiente urbano híbrido e que é formado pela interrelação entre os espaços físico e virtual e por características como ubiquidade interconexão (SOUZA e SILVA, 2006; SALAVERRÍA, 2016).

5. Referências:

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Portugal: Labcom, 2013.

CORRÊA, Elisabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica da informação. In: AMARARAL, Adriana et al. **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo: Editora ECA / USP, 2012.

JENSEN, Klaus. Bruhn. What's mobile in mobile communication? **Mobile Media & Communication**, v.1, Sage Publications, 2013.

LE MOS, André. Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes**, v. 1, n. 1, p. 121-137, 2007.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

NUNES, Emmanuela Cristine Leite; SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo em plataformas móveis: o processo de convergência e de mobilidade na produção e consumo de notícias. **Anais. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza, 2012.

PALACIOS, Marcos. O que há de (realmente) novo no Jornalismo *Online*? **Concurso público**. Conferência. Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia, 21 set. 1999

_____ Internet as System and Environment in Cyberspace: a discussion based on empirical observations. In: **IAMCR Conference**. Barcelona, 2002.

_____ MACHADO, Elias.; SCHWINGEL, Carla.; ROCHA, L.A. **Um Jornal Laboratório multimídia, multi-usuário e descentralizado**. O caso da Plataforma Panopticon. In: V Bienal Iberoamericana de la Comunicación. México. Set 2005.

SALAVERRÍA, Ramón. Los medios de comunicación que vienen. In: SÁDABA, C.; GARCÍA AVILÉS, J. A.; MARTÍNEZ-COSTA, M. P. (Coords.) **Innovación y desarrollo de los cibermedios en España**, pp. 255-263. Pamplona: EUNSA, 2016.

SCHWINGEL, Carla. Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo: a composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos. **Tese**. Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Salvador, 2008.

SILVA, Fernando Firmino da. Cultura do jornalismo móvel. In: _____. **Transmutações no jornalismo**. Campina Granda: Eduebp, 2016.

SILVEIRA, Stefanie. Para além do jornalismo móvel: o desenvolvimento do conceito de jornalismo ubíquo. **Anais**. XV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. ECA / USP, São Paulo, 2017.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.

SOUZA e SILVA, Adriana de. From cyber to hybrid: mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. **Space and culture**, v 9, n3, 2006, Sage Publications.