



ISSN 2179-4529 – ANAIS DO 4º SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO

“SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO”

## Projeto de laboratório de experimentação em linguagens digitais para dispositivos móveis e desenvolvimento de novos produtos jornalísticos para tablets e smartphones (Labdim) numa universidade pública

Thais de Mendonça Jorge<sup>1</sup>

**Resumo:** A comunicação e o jornalismo vivem um momento de transformações. Depois de passar pelas etapas de (a) transposição das notícias a espaços na internet – os websites, sites ou páginas jornalísticas – e (b) pelo desenvolvimento de novos produtos para a tela eletrônica, os veículos impressos iniciam um novo processo de mutação, desta vez para os smartphones e tablets, entendidos aqui como dispositivos multimidiáticos, multitarefas e multifuncionais. Desde que foram apresentados à sociedade, os aparelhos batizados com o nome genérico de tablets agregaram a capacidade de multiprocessamento e de conexão à rede que já tinham os PCs, permitindo a difusão de notícias instantâneas, com todos os recursos que hoje as complementam e contribuem para adicionar mais veracidade e credibilidade aos relatos: vídeos, gráficos animados, galerias de fotos, música, além da participação do público. Acompanhar essa evolução e descobrir as novas rotinas de produção da notícia feita para o consumo em celulares e pranchetas eletrônicas, prestando atenção à linguagem, à forma de apresentação e como a cultura periodística está se amoldando ao contexto da sociedade é a intenção principal desta proposta. Este projeto de laboratório, com a participação de pesquisadores em jornalismo da Universidade de Brasília, pretende desenvolver novas linguagens e formas de apresentação da informação em dispositivos móveis, procurando explorar os recursos e possibilidades do novo meio. Disso poderão resultar propostas inovadoras em termos de utilização dos dispositivos, explorando mais a fundo as características de multiprocessamento, multimidiatismo e conexão instantânea; buscando maior participação nas demandas da sociedade e, finalmente, visando um maior compartilhamento do fluxo de informações, de modo a contribuir para os ideais de disseminação, transparência e democratização do conhecimento, inclusive com a participação de outras universidades e centros de ensino brasileiros e estrangeiros.

**Palavras-chave:** notícia, jornalismo digital, dispositivos móveis, tablets, smartphones.

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília, estágio de Pós-Doutorado na Universidade de Navarra (Pamplona, Espanha), docente da Faculdade de Comunicação da UnB.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





## 1 Introdução

Depois de passar pelas etapas de (a) transposição das notícias (Prado, 2011: 31) a espaços na internet – os websites, sites ou páginas – e (b) pelo desenvolvimento de novos produtos para a tela eletrônica, os veículos impressos iniciam um novo processo de mutação (Jorge, 2008), desta vez para os smartphones e tablets, entendidos aqui como dispositivos multimídia (ou multitarefa), multiprocessados e multifuncionais. O jornalismo tradicional, aquele do produto nas bancas de revista, perde leitores a cada dia, vitimados pelos novos hábitos de consumo das gerações pós-digitais, que exigem participação no processo da produção da notícia e não se contentam mais com a distribuição hegemônica da informação. Parece não ser mais possível que a forma de transmissão das informações se restrinja à velha fórmula da notícia apresentada em sites e portais, mesmo que isso tenha representado, no passado recente, uma inovação, com a agregação de sons e imagens.

Já quando foram apresentados à sociedade, os aparelhos batizados com o nome genérico de tablets (o que atualmente inclui, além do dispositivo da Apple, alguns modelos com sistemas operacionais próprios, como veremos adiante) não se resumiam a meros dispositivos móveis, multimidiáticos, como se poderia pensar numa primeira visão, uma espécie de computadores aperfeiçoados. Eles agregaram, num só produto, a capacidade de multiprocessamento e de conexão à rede que já tinham os PCs, e juntaram a essas características as vantagens da multifuncionalidade (são também telefones, agenda, editores de textos, sons e imagens) e, por estar on-line todo o tempo, assumiram tarefas que poderiam sugerir tratar-se de um novo meio. No caso da indústria jornalística em especial, permitem a difusão de notícias instantâneas, com todos os recursos que hoje as complementam e contribuem para adicionar mais veracidade e credibilidade aos relatos: vídeos, gráficos animados, galerias de fotos, música, além da participação do público. E isso nos dá a dimensão da grande responsabilidade atual para com o jornalismo cidadão,



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





também chamado de jornalismo cívico ou público, aquele que acompanha as grandes causas, problemas ou inquietações da comunidade a que devem os veículos servir.

Se os tablets são invenções recentes, mais ainda o são as experiências da indústria jornalística com esse novo dispositivo. Nem bem acabaram de se adaptar à notícia na rede – e a prova disso é a demora em descobrir um modelo de negócio que oferecesse rentabilidade, como parece ser a tendência em cobrar por parte das informações (no método batizado como *paywall*) – as empresas ainda tateiam o desconhecido terreno das relações diretas com o público. Um outro complicador nesse campo foi gerado pela própria disseminação das tecnologias da informação e das comunicações: a enorme familiaridade, principalmente das novas gerações, com os aparatos e recursos eletrônicos, criando uma independência e autonomia dos leitores que até agora não haviam sido colocados entre os componentes da busca, consumo e produção de notícias. Por isso, embora baseados em experiências pregressas de alguma maneira conhecidas (o funcionamento em rede, as bases de dados), os veículos de comunicação entram nesse mercado tecnológico com as mesmas armas do passado e tendem a cometer os mesmos erros de duas décadas atrás, quando imaginaram a internet apenas como uma espécie de “braço digital das suas operações” (Botão, 2013). Assim como uma mídia nova copia ou se sustenta, a princípio, sobre uma mídia antiga (a TV copiava o rádio; o jornal impresso tinha o estilo das antigas *news letters*), o conteúdo noticioso dos tablets e smartphones reproduz o já-visto, com muito pouco de inovação real em produtos ou serviços jornalísticos.

Este artigo apresenta e descreve o projeto de **Laboratório de experimentação em linguagens digitais para dispositivos móveis e desenvolvimento de novos produtos jornalísticos para tablets e smartphones (Labdim)**, que está sendo proposto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), com a participação de pesquisadores em jornalismo da Universidade de Brasília, na intenção de colocar o assunto em discussão, compartilhar conhecimento e juntar outras experiências no sentido de um projeto comum, do interesse da comunidade acadêmica e do mercado. O projeto do Labdim



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





visa acompanhar essa nova evolução e descobrir as rotinas de produção da notícia feita para o consumo em celulares e pranchetas eletrônicas, prestando atenção à linguagem, à forma de apresentação e como a cultura periodística está se amoldando ao contexto da sociedade. Daí poderão resultar propostas inovadoras em termos de utilização dos dispositivos, explorando mais a fundo as características de multiprocessamento, multimidiatismo e conexão instantânea; buscando maior participação nas demandas da sociedade e, finalmente, visando maior compartilhamento do fluxo de informações, de modo a contribuir para os ideais de disseminação, transparência e democratização do conhecimento.

## 2 Panorama atual

Os telefones celulares, o aparecimento do iPhone2, em 2007, e os dispositivos que o seguiram, como smartphones que utilizam o sistema operacional Android (criado pelo Google em 2008)<sup>3</sup>, facilitaram o acesso à rede e abriram possibilidades que ainda não foram largamente exploradas pelos veículos de comunicação. Em 2010, o professor da Universidade de Missouri (EUA) Roger Fidler (Betancourt, 2010), previa que no espaço de uma década, ou seja, em 2020, a maioria dos assinantes de jornais e revistas estaria lendo as notícias em dispositivos móveis<sup>4</sup>. A previsão é de um experimentado estudioso do assunto: diretor do programa de publicações digitais do Instituto de Jornalismo Donald W. Reynolds e coordenador da *Digital Publishing Alliance*, Fidler criou a teoria da metamorfose da mídia, a “midiamorfose”, e em 1991 desenvolveu um dos primeiros jornais eletrônicos do mundo.

<sup>2</sup>Ver: [http://gs.statcounter.com/#mobile\\_os-ww-monthly-200909-201009](http://gs.statcounter.com/#mobile_os-ww-monthly-200909-201009).

<sup>3</sup>Ver mais informações em: <http://www.android.com/media>.

<sup>4</sup>Entrevista publicada em artigo de Leah Betancourt. Mashable, fev. 2010. Disponível em: <http://mashable.com/2010/02/18/e-readers-tablets-news>.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





Segundo uma pesquisa da consultoria ComScore em 13 países (Agência Globo, 2012), o Brasil é o país onde mais se consome conteúdo jornalístico por meio de tablets e smartphones, com média de leitura duas vezes maior do que em outros equipamentos. De acordo com o estudo, o iPad é responsável por 31,8% de todos os acessos a jornais por dispositivos móveis em território nacional. O iPhone vem em segundo lugar, concentrando 21% das conexões para a leitura de notícias. O Chile é o segundo no ranking de consumo de informação por dispositivos que não sejam desktops e notebooks, seguido do Reino Unido.

A história do aparecimento dos aparelhos móveis nos dá algumas pistas das tendências inovadoras que atingem em cheio a indústria jornalística, alterando a cultura organizacional, as rotinas produtivas e a forma de apresentação dos produtos. Três anos atrás, a empresa norte-americana Apple lançou, em São Francisco (EUA), um novo tipo de dispositivo de comunicação: o Ipad, aparelho eletrônico em formato de prancheta, medindo 24,3cm por 19cm, e 13mm de espessura. Era diferente dos computadores pessoais e dos laptops, totalmente portátil, com tela sensível ao toque e um sistema operacional que pretendia ser mais intuitivo, o iOS<sup>5</sup>. Meio termo entre os notebooks e os smartphones (telefones celulares com capacidade de processamento e acesso à internet) dois meses após o anúncio já comercializava 15 milhões de unidades no mercado.

No Brasil, o número de pessoas conectadas cresce aceleradamente, com percentuais que estão bem próximos dos 10% ao ano. Segundo dados do Ibope Netratings (2012), o total de internautas brasileiros era de 53,2 milhões ao final do ano passado. Desse total, 52,31% eram homens e 47,69% mulheres, sendo que o contingente feminino avançava mais rapidamente que o de homens no uso da internet.

---

<sup>5</sup>O sistema operacional iOS é uma plataforma proprietária que antigamente tinha o nome de iPhone OS, porque serviu primeiro aos telefones celulares da Apple. Só mais tarde, com seu emprego no Ipad, viria a usar a designação reduzida de iOS.





Parecendo comprovar a afirmação de Fidler, um relatório da Cisco Computadores previu que o número de smartphones, tablets, laptops e telefones com conexão à internet no mundo passará de 7 bilhões em 2013 e que em quatro anos haveria cerca de 1,4 dispositivo por habitante, no mundo. Duas empresas – a Hi-Mídia e a M.Sense – realizaram, em 2012, uma série de pesquisas sobre o mercado móvel no Brasil. Num universo de 1.796 pessoas, nas cinco regiões geográficas brasileiras, 45% já possuem smartphones e 16% possuem tablets. Do total, 72% são homens.

As pessoas também estão usando os aparatos móveis para realizar compras: em todo o planeta, 27% do tráfego nos sites de comércio eletrônico parte desses dispositivos em rede (Polo, 2013) e 58% de todo o tráfego móvel veio de dispositivos da Apple. No Brasil, 40% do comércio em rede se origina de um acesso móvel (IDG Now, 2013). A pesquisa da Hi-Mídia e da M-Commerce comprovou que os números do chamado m-commerce, o comércio eletrônico móvel, estão realmente em alta no Brasil. Estimativas da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico asseguram que o setor deve movimentar R\$2 bilhões em 2013, superando em muito o total de 2012 (R\$ 132 milhões).

### 3 Metodologia

Segundo Schumpeter (1939), é preciso destruir as velhas estruturas para criar novas. A relevância do projeto do Laboratório de experimentação em linguagens digitais para dispositivos móveis (Lalim) está em propor a concepção, o desenvolvimento e a gestão de novos produtos para a difusão de informações jornalísticas específicas para tablets e smartphones, a partir de uma experimentação em laboratório, dentro da Universidade de Brasília. Isso inclui os processos de produção de notícias e um melhor relacionamento com a audiência. Com a contribuição dos alunos e pesquisadores, o projeto se estende à integração dos laboratórios (jornal Campus e Campus On-line) da própria Faculdade de Comunicação da UnB, hoje dispersos e estanques, o que poderá resultar numa esperada mudança nos currículos a fim de absorver as novas tecnologias, o que hoje não acontece. A



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





ideia por detrás desse esforço é a de levar a uma maior racionalização das rotinas produtivas na área jornalística, com benefícios à sua própria renovação e inteligência competitiva, assim como na preservação da credibilidade da indústria jornalística, sua estrutura e marcas, longamente consolidadas no mercado.

Este trabalho se vincula ao referencial teórico das notícias como construção – o construcionismo – considerando que diversos fatores contribuem para essa construção, como diz Hackett (apud Traquina, 2004: 63): valores-notícia, tecnologias dos meios, logística da produção jornalística, orçamento, problemas legais, disponibilidade das fontes e formas de apresentação dos acontecimentos. Na perspectiva do *newsmaking*, abrem-se três vertentes aos estudos do jornalismo: as rotinas e o modo de produção; a cultura profissional e os jornalistas em seu local de trabalho; e o produto jornalístico – as notícias. Tentaremos, nesta pesquisa, correlacionar esta tripla visão dentro de um lócus próprio do jornalismo digital – os dispositivos móveis de comunicação.

Peoples Halio (apud Díaz Noci [2001]: 90) identifica duas dificuldades nesse percurso: “A dificuldade de se investigar os efeitos do hardware e do software na escrita devido ao grande número de variáveis em mudança contínua, e a falta de certeza acerca das tendências futuras, que advirão das transformações culturais e das novas tecnologias”. Robert Huesca (idem) distingue duas posturas frente às mudanças nas redações e no ensino do jornalismo: 1) os que acreditam que é preciso descobrir novas práticas ligadas às possibilidades do hipertexto e 2) os que preferem adaptar as práticas, normas e rotinas ao novo meio. Esses autores ressaltam ser indispensável, no terreno acadêmico, investigar o discurso informativo eletrônico, e aplicar os resultados dessa pesquisa à docência do jornalismo.

Preocupado com a formação dos jornalistas e alertando que, nesta época de redes digitais, objetos culturais são fabricados para atender objetivos exteriores ao jornalismo, com motivações outras, Machado (2003: 42, 45-46) sugere que os pesquisadores em jornalismo



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





de nosso país procurem inverter as prioridades de pesquisa e, com foco nas demandas sociais, busquem o desenvolvimento de tecnologias específicas para o exercício da profissão nos mais variados suportes. Pois, sem a pesquisa aplicada, o risco é cair numa dependência de padrões tecnológicos importados. A falta de estudos sobre “métodos para apuração, modelos de narrativa, técnicas de edição, sistemas de circulação e gêneros jornalísticos adequados ao entorno do ciberespaço” dificulta, segundo o autor, a “incorporação do jornalismo digital como um fenômeno concreto, típico de sociedades complexas”.

O objetivo deste trabalho é abrir campo, mostrar algumas experiências no terreno da apresentação da notícia no meio digital e tentar propor um novo modelo especialmente para os dispositivos móveis. Numa primeira abordagem metodológica, serão usadas as ferramentas da análise de conteúdo, com o fim de verificar o “discurso” jornalístico difundido por meio dos tablets e smartphones. Acreditamos, com Bardin (1975:11), que “o rigor da objectividade” com a “fecundidade da subjetividade”, no caso de um produto jornalístico a ser analisado com esse método, tem muito a oferecer como instrumento para clarificar a compreensão, ajudando também a estabelecer classificações e categorizações que ajudarão no desenvolvimento de novas propostas.

Por outro lado, não achamos interessante fixar tipologias logo no início, preferindo um modelo mais aberto o qual, de acordo com Laville e Dionne<sup>6</sup>, as categorias se configuram no curso da própria análise. Só compreendemos as notícias se as acompanhamos e as integramos em um contexto social. Como recursos adicionais serão usadas visitas aos veículos que editam no momento informativos jornalísticos para dispositivos móveis, e entrevistas com jornalistas.

---

<sup>6</sup> Na definição das categorias analíticas, “o recurso a uma *grade aberta* é freqüente nos estudos de caráter exploratório, quando o pesquisador conhece pouco a área em estudo e sente necessidade de aperfeiçoar seu conhecimento de uma situação ou fenômeno a fim de enunciar as hipóteses.” Laville, C.; Dionne, J. **A construção do saber**. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Revisão técnica e adaptação da obra: Lana Mara Siman. Porto Alegre: Artes Médicas Sul; Belo Horizonte: UFMG, 1999. p. 219.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com







Também poderá ser empregada a técnica da etnografia, que exige, como diz Travancas (2005: 100-103), “um mergulho” do pesquisador. Dentro da técnica da etnografia, o método utilizado poderá ser o de observação participante que, ainda segundo Travancas, “significa que antes de mais nada o cientista social não se coloca ingenuamente” e deve prestar atenção ao papel que desempenha no grupo. A etnografia aplicada ao jornalismo, segundo Traquina (2002: 62), permite ver “a dimensão transorganizacional no processo de produção das notícias” e “todo o networking informal entre os jornalistas”.

A observação participante possibilita a coleta de diferentes tipos de dados, como diz Bernard ([1998]: 140-141), e tem várias vantagens em relação a outros tipos de observação, como por exemplo: o observador consegue mais informações na medida em que consegue ser visto como um “nativo” e assim pode fazer perguntas incômodas “na língua nativa”; se a pessoa já é do meio – no nosso caso, um jornalista fazendo observação numa redação – a observação participante “ajudará a intelectualizar o que ela já sabe”; ao mesmo tempo, possibilita a que o observador elabore afirmativas coerentes acerca do material que recolheu; e, por fim, quanto menos o observador for objeto de curiosidade e menos reações suscitar, mais ele terá condições de observar.

O orçamento inicial do Labdim foi calculado em R\$ 14 mil em equipamentos, constando: 2 tablets, 2 smartphones e um desktop, além de outros equipamentos a serem fornecidos pela Faculdade de Comunicação. O projeto do Labdim terá a participação de quatro pesquisadores/ doutores da FAC-UnB, membros do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, um recém-doutor, um mestre e dois mestrandos, além de, a princípio, dois bolsistas de Iniciação Científica e um bolsista de Apoio Técnico, nível superior; e se desenvolverá por etapas, a saber:

Ano I

Mês



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





- 1 e 2 Montagem do laboratório, instalação dos equipamentos e recrutamento dos bolsistas e pesquisadores
- 2 e 3 Revisão teórica da área – análise das contribuições dos pesquisadores e técnicos sobre dispositivos móveis e sua utilização na comunicação jornalística
- 4 Treinamento dos bolsistas e familiarização com o uso dos equipamentos
- 5 Mapeamento dos veículos jornalísticos que oferecem versões para tablets e smartphones: Brasil
- 6 Mapeamento dos veículos jornalísticos que oferecem versões para tablets e smartphones: mundo
- 7 Exploração, acompanhamento e registro das notícias em tablets e smartphones (Brasil)
- 8 e 9 Tentativa de categorização e classificação dos tipos de notícia veiculados em tablets e smartphones (Brasil/ mundo)
- 10 Visitas às redações dos veículos e entrevistas
- 11 Início da fase de experimentação na produção de notícias para tablets e smartphones
- 12 Treinamento em texto.

Ano II

Mês

- 1 Treinamento em foto e vídeo
- 2 Treinamento em áudio
- 3, 4 e 5 Treinamento em processos de integração das ferramentas
- 6 Criação de produtos
- 7 Estudo das propostas de criação de produtos
- 8 Desenvolvimento de produto
- 9 Teste de produto
- 10 Experiências com a gestão do produto
- 11 e 12 Expansão e divulgação do produto para as empresas jornalísticas



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
 Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
 CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





Ano III

Meses 1 a 12 Integração de redações dos laboratórios Lalim, Campus On-line e Campus impresso.

Resumindo, o objetivo geral do projeto Labdim é: acompanhar e documentar as mudanças que o principal produto jornalístico – a notícia – sofre ao se transportar a dispositivos móveis e propor soluções inovadoras para a apresentação de informações em tablets e smartphones. Entre os objetivos específicos, podemos alinhar:

1. Verificar como os veículos impressos estão se adaptando aos dispositivos móveis e a novas modalidades de seleção de fatos, apuração e elaboração de textos para o meio eletrônico, com a contribuição das redes sociais;
2. Acompanhar a rotina de produção nas redações, cultura jornalística e modificações no produto notícia;
3. Investigar o aparecimento, o funcionamento e a sobrevivência dos produtos informativos feitos especialmente para tablets e celulares;
4. Acompanhar as transformações e o surgimento de novos gêneros jornalísticos nos dispositivos móveis;
5. Experimentar e propor linguagens, estilos e gêneros jornalísticos para os dispositivos móveis, contribuindo para o aperfeiçoamento e lançamento de inovações que agreguem a participação cidadã;
6. Pesquisar como se dão as interações das redes sociais com os dispositivos móveis, no caso das rotinas específicas do repórter, produtor, redator e editor de notícias;
7. Acompanhar e documentar possíveis alterações no relacionamento dos jornalistas com os leitores e a participação destes no processo de produção de notícias; e



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





8. Acompanhar e documentar a produção amadora de notícias e sua participação na apresentação do produto final de empresas jornalísticas

#### 4 Conclusões

Os primeiros veículos impressos criaram seus aplicativos para dispositivos móveis (no início para smartphones, mais tarde para tablets) há pouco tempo; grande parte dos jornais e revistas do mundo entrou no suporte tablet apenas em 2010. Compreende-se, então, a dificuldade e a resistência às ferramentas de transposição de linguagem. O que causa perplexidade aos pesquisadores é a falta de debate interno nas redações sobre a questão da presença da notícia nos tablets e sobre como se dará o fornecimento do fluxo de informações para os vários dispositivos midiáticos.

Beckett (2008:50) reflete que o ritmo atual das redações impressas que contam com uma redação on-line forte mudou, há algum tempo, uma das mais tradicionais características do jornalismo: o *dead line*. E que as redações, pelo menos aquelas de grande porte, têm, no mínimo, uma equipe completa à frente do noticiário em tempo real em cada uma das 24 horas do dia.

A exemplo do que fizeram os jornais *New York Times* e *USA Today*, o periódico espanhol *El País* também criou – embora com certo atraso – um aplicativo proprietário para rodar no sistema operacional iOS, especial para tablets da Apple. Hoje, esse aplicativo, que permite acesso ao conteúdo do *El País* no iPad, nada mais é que uma reprodução das notícias on-line presentes no site do próprio jornal, inclusive com os mesmos títulos, reportagens e textos. Como resultado, acessar o aplicativo do *El País* no dispositivo móvel em nada difere de acessar o site do jornal utilizando um navegador (browser) no mesmo aparelho ou em um computador pessoal, como se faz na internet tradicional. Também a revista *Wired*,



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





que lançou seu aplicativo para não ficar atrás de sua linha de produto moderno, restringe-se a colocar no tablet uma adaptação do conteúdo impresso, acrescido apenas de vídeos e outros poucos recursos.

Depois de um início que pode ser definido como promissor, como mostram Fidalgo e Canavilhas (2009: 106), a utilização dessa nova plataforma enfrentou um retrocesso, o que pode ser interpretado como falta de criatividade, por parte dos desenvolvedores, ou de ousadia, por parte dos empresários, aqueles mesmos que haviam vislumbrado nos dispositivos móveis um novo momento para a indústria. Como dizia Doctor (2010: 77), o que foi visto como uma “mudança de rumo”, não passava de uma nova bolha de consumo:

O grupo de Brian Tierney comprou o *Philadelphia Newspapers* em 2006 e o grupo Chris Harte's Avista comprou o *Star Tribune* poucos meses depois. (...) Sam Zell assumiu o controle do *Tribune Company* em dezembro de 2007. Todos os três, rapidamente, foram à falência (...). Eles pensavam que estavam comprando empresas mal-gereciadas. O que eles não viram é que estavam comprando em uma indústria mal-gereciada (Doctor (2010: 77).

Com o nascimento dos tablets e dos aplicativos específicos para essa plataforma, entraram no mercado veículos que, em outras palavras, acabaram com o sentido do horário de fechamento – herança do departamento industrial, nas grandes empresas jornalísticas. Por serem específicos para o meio virtual, esses veículos ignoram problemas de outrora, como o custo do papel ou a logística de distribuição dos impressos. A existência desse grupo e suas experimentações (como *The Daily*, apesar de sua curta existência) são fundamentais para entender o dilema da atualização em tablets e dispositivos móveis multimídia. Um jornal num dispositivo móvel, multiprocessador e multimidiático significa que o meio exige uma mentalidade distinta, não só no modo produtivo, como na relação com o leitor, afinal, o produto está sempre on-line e o leitor sempre vai dispor dele, a qualquer hora do dia ou da noite. “Novos tempos exigem um novo jornalismo”, escreveu Rupert Murdoch, no texto



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)







O Laboratório de experimentação em linguagens digitais para dispositivos móveis e desenvolvimento de novos produtos jornalísticos para tablets e smartphones (Labdim) da Universidade de Brasília é uma proposta em debate, que poderá crescer com a contribuição dos pesquisadores, professores e estudantes de jornalismo, e principalmente com as experiências daqueles que já estão estudando as questões do ciberjornalismo.

## 6 Bibliografia

- AGÊNCIA GLOBO. Brasileiro é quem mais lê jornais via tablets e smartphones. (2012?) Disponível em: [http://www.yib.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=82:brasileiro-e-quem-mais-le-jornais-via-smartphone-e-tablet&catid=39:noticias](http://www.yib.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=82:brasileiro-e-quem-mais-le-jornais-via-smartphone-e-tablet&catid=39:noticias). Acesso em 21 mai 2013.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Editorial 70, 1975.
- BECKETT, Charlie. Supermedia: saving journalism so it can save the world. Nova Jersey: John Wiley & Sons Ltd., 2008.
- BERNARD, H.R. Research Methods in Anthropology. Walnut Creek (EUA): AltaMira Press, [1998].
- BETANCOURT, Leah. Entrevista. Mashable, fev. 2010. Disponível em: <http://mashable.com/2010/02/18/e-readers-tablets-news>. Acesso em 21 mai 2013.
- DÍAZ NOCI, J. La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Zarautz: Universidad del País Vasco, [2001].
- DOCTOR, Ken. Newsonomics: twelve new trends that will shape the news you get. Nova York: St. Martin's Press, 2010.
- HACKETT, R. In: TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- IDG NOW. Dispositivos móveis vão superar número de pessoas em 2013, diz estudo. 13 fev. 2013. Disponível em: <http://idgnow.uol.com.br/mobilidade/2013/02/11/aparelhos-moveis-conectados-va-superar-numero-de-pessoas-em-2013-diz-estudo>. Acesso em 17 mai. 2013.
- FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In: RODRIGUES, CARLA (Org.). Jornalismo on-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/Ed. Sulina, 2009.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)





JORGE, Thaís de Mendonça. A notícia em mutação: estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. Tese (Doutorado) – Programa de pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

HUESCA, R. In: DÍAZ NOCI, J. La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Zarautz: Universidad del País Vasco, [2001]

IBOPE NETRATINGS. Internautas ativos em residências e no trabalho e horas navegadas - 2012. Disponível em: <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/w-tab02-01-2012.htm>. Acesso em 21 mai 2013.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A construção do saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas Sul; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MACHADO, E. O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Salvador, BA: Calandra, 2003.

PEOPLES HALIO. In: DÍAZ NOCI, J. La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Zarautz: Universidad del País Vasco, [2001].

HIMIDIA. Pesquisa analisa o mercado de mobile e de m-commerce no Brasil, out. 2012. Disponível em: <http://www.hi-midia.com/pesquisas/outubro-2012-pesquisa-analisa-o-mercado-de-mobile-e-de-m-commerce-no-brasil>. Acesso em 17 mai. 2013.

POLO, J. D. Qual país lidera em quantidade de compras on-line feitas a partir de dispositivos móveis? 27 jan. 2013. Disponível em: <http://br.www.whatsnew.com/2013/01/qual-pais-lidera-em-quantidade-de-compras-on-line-feitas-a-partir-de-dispositivos-moveis>. Acesso em 17 mai. 2013.

PRADO, Magaly. Webjornalismo, Rio de Janeiro: LTC, 2011.

SCHUMPETER, Joseph Alois. Business cycles: A theoretical historical and statistical analysis of the capitalist process. New york: McGraw-Hill, 1939.

TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo. Por que as notícias são como são, v. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

TRAVANCAS, I. S. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, B.; BARROS, A. (orgs) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

TURKLE, Sherry. Always-on/Always-on-you: The tethered self. In: KATZ, JAMES E. (Org.). Handbook of mobile communication studies. Cambridge, MA: MIT Press, 2008.



**Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS**  
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040  
CEP 79070-900 \* Campo Grande (MS) \*  
[www.ciberjor.ufms.br](http://www.ciberjor.ufms.br) - [ciberjornalismo.ufms@gmail.com](mailto:ciberjornalismo.ufms@gmail.com)

