

# JORNALISMO e TECNOLOGIAS MÓVEIS

[org]

Suzana Barbosa  
Luciana Mielniczuk



SUZANA BARBOSA, LUCIANA MIELNICZUK (ORG.)

JORNALISMO E  
TECNOLOGIAS MÓVEIS



Livros Labcom  
Série: Jornalismo  
Direcção: José Ricardo Carvalheiro  
Design de Capa: Cristina Lopes  
Paginação: Cristina Lopes  
Covilhã, UBI, LabCom, Livros Labcom

ISBN: 978-989-654-101-9

Título: Jornalismo e Tecnologias Móveis  
Autor: Suzana Barbosa, Luciana Mielniczuk (Org.)  
Ano: 2013

[www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt)

# O celular afronta o jornalismo

Luciana Mielniczuk <sup>1</sup>

Resumo: A vasta utilização de tecnologias móveis de informação e de comunicação pela população em grandes centros urbanos é uma realidade que se expressa pela presença dos celulares como um aparelho de uso pessoal sempre ao alcance das mãos de seus donos. De um simples telefone sem fio, o celular torna-se um equipamento multifuncional que permite o registro, a disponibilização e o consumo de informações, dentre elas as informações jornalísticas. O celular se faz presente também no campo do jornalismo seja nas práticas desenvolvidas pelas empresas seja nos conteúdos produzidos pelos usuários e disponibilizados nas redes digitais. Com pouco tempo para adaptar-se ao surgimento da internet, o jornalismo já enfrenta um novo desafio: enfrentar as demandas de uma sociedade conectada à internet cuja forma de comunicação é ubíqua.

Palavras-chave: jornalismo digital; jornalismo móvel; conteúdo móvel; dispositivos móveis; celular.

## 1. Introdução

A miniaturização e a popularização dos aparatos das tecnologias de informação e de comunicação (TICs) está em evidência no início da segunda década do século XXI. Celulares<sup>2</sup> ganham incrementos nos recursos para captura e reprodução de informações na mesma proporção em que seu valor de custo no mercado diminui. Fatores que levam esses aparelhos a alcançar mais e mais usuários.

---

1) Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Grupo Jornalismo Digital (<http://www.ufsm.br/jordi>). Email: <[luciana.mielniczuk@gmail.com](mailto:luciana.mielniczuk@gmail.com)>.

2) Neste texto a palavra 'celular' refere-se aos aparelhos chamados inteligentes que agregam diferentes funções e recursos. Não são necessariamente apenas os aparelhos de última geração, mas estão longe de ser apenas um telefone para comunicação interpessoal por voz.

Inseridas em várias dimensões da vida em sociedade, a utilização das TICs em miniatura seja como captador ou reproduzidor de informações não passa despercebida no campo do jornalismo. Muito pelo contrário, provocam situações que inovam, modificam e questionam o fazer jornalístico.

O presente artigo tem por objetivo sistematizar algumas idéias para melhor compreender aspectos da zona de interceção entre o jornalismo e as tecnologias móveis. Primeiramente apresenta-se o telefone celular como o principal elemento representativo da miniaturização das TICs e a seguir são abordadas questões relacionadas à produção de conteúdos através dessa tecnologia e ao formato de informações para consumo em plataformas móveis. Por fim, são abordados fatores e situações que provocam (ou deveriam provocar) reflexão no campo jornalístico.

## 2. O celular como pivô das tecnologias móveis

Conforme explicam Fidalgo e Canavilhas, o celular hoje agrega “funções que antes exigiam vários utensílios, como canetas e blocos de notas, máquina fotográfica, receptores de rádio” (2009, p.102). Passaram-se quase 50 anos para que telefone desenvolvido para funcionar sem fios, no final dos anos 1940, deixasse de ser apenas um telefone e passasse a ser um dispositivo móvel que, segundo Cerezo (2010) 60% da população mundial carrega consigo nos dias de hoje.

A evolução do telefone celular pode ser dividida em três momentos. Primeiro quando apenas era transmitida voz, depois nos anos 1990 quando com a introdução de uma tela tornou-se possível enviar mensagens de texto, o SMS, que teve grande aceitação por ser mais barato, permitir comunicação síncrona e também por funcionar independente do aparelho receptor estar ligado (a mensagem fica armazenada sendo entregue quando o telefone é ligado). Depois do texto, vieram as possibilidades de som e imagem, praticamente ao mesmo tempo em que a conexão 3G ou *wi-fi* fazia dos celulares aparelhos conectados à internet (Fidalgo e Canavilhas, 2009). Ainda segundo os autores, o que era um simples aparelho para comunicação pessoal passa a ser também um meio de

comunicação de massa, uma vez que está conectado às redes digitais e todas as possibilidades que elas ofertam.

É com a configuração atual, a de um dispositivo móvel<sup>3</sup>, multimídia e multifunções que o celular é considerado por Aguado (2008) como a quarta tela, depois do cinema, da televisão e do PC. Nos aparelhos celulares com acesso *always on* (sempre conectados) é possível ler jornais, assistir programas de televisão, ouvir rádio, jogar videogames, baixar músicas e filmes gravar e editar seus próprios conteúdos, enviar pela internet para amigos ou para as redes sociais. “À medida que esses aparelhos começam a incorporar mais funcionalidades, começam a se tornar mais parecidos com computadores” (PELLANDA, 2009, p. 11). Embora Fidalgo e Canavilhas (2009) lembrem que celulares e *netbooks* são aparelhos cuja origem ou linha de desenvolvimento são completamente diferentes e por este motivo não devem ser equiparados com relação às suas finalidades. Por exemplo, ilustram os autores, um *netbook* sem som ainda tem muitas funcionalidades enquanto um computador, já um celular sem som perde sua funcionalidade básica, que é a de comunicação interpessoal através da voz.

Pensado o celular como a ‘quarta tela’, temos o fruto de um processo de midiamorfose, segundo Fidler (1998). As telas dos meios de comunicação passaram por transformações em relação às suas características físicas, aos produtos jornalísticos para os quais servem de suporte e aos contextos de consumo, conforme mostra a tabela a seguir.

Em complementação às informações apresentadas na Tabela 1, cabe mencionar que o papel do público se modifica. Até a segunda tela havia apenas receptores. A partir da era digital, com a conexão à internet, o público – em termos potenciais – passa a ser também produtor de conteúdo e tem acesso a espaços/suporte para disponibilizar as informações produzidas. A esse tipo de informação, Vacas (2010) denomina de UCG, sigla em inglês para ‘conteúdo gerado por usuário’.

3) Aqui também são considerados dispositivos como PDAs e *tablets*, mas que não estão no foco deste texto.

	DISPOSITIVO	PRODUTOS JORNALÍSTICOS	CONTEXTO DE CONSUMO
1ª tela	Cinema	Cinejornal	Público, coletivo
2ª tela	Televisão	Telejornal	Privado, coletivo
3ª tela	PC-internet	Websites, portais, fóruns, listas de e-mails	Privado, individual
4ª tela	Telefone Celular	Alertas SMS, acesso WAP, sites adaptados à mobilidade, aplicativos	Público/Privado, individual

Tabela 1- O processo de midiamorfose das telas, do cinema ao celular (WANGLON, 2010).

Ser fonte produtora de conteúdo já é uma realidade conhecida, a novidade do momento é a possibilidade de produzir e disponibilizar na internet conteúdos de maneira ubíqua.

Si la primera década del siglo ha estado marcada por la consolidación de la movilidad como medio de comunicación, los *smartphone* se presentan como el nuevo motor de la Sociedad de la Información (SI) para la década que vamos a inaugurar. Asistimos a un proceso de convergencia de dispositivos en el que la definición de teléfono móvil será cada vez más difusa. Aunque la convergencia es un tema recurrente del que se lleva años hablando, no resulta aventurado prever que en poco tiempo las prestaciones de los *netbooks*, *tablets PC*, *smartphones*, *eReaders*, etc., serán las mismas o muy similares. (CEREZO, 2010).

À ideia de mobilidade oferecida pelos celulares para comunicação interpessoal agora juntam-se as ideias de convergência (um aparelho com múltiplas funções) e de meio de comunicação de massa (conectado à internet permite acesso tanto a fontes de informações quanto a canais de disponibilização de conteúdos, blogs, redes sociais, Youtube). Tal cenário traz várias implicações para o jornalismo, neste texto, vamos contemplar aspectos relacionados ao que denominamos de

jornalismo móvel e conteúdo móvel, respectivamente referindo-se à esfera da produção e do produto final.

### 3. Com o celular e fazendo jornalismo

Para Firmino a definição de ‘jornalismo móvel’ ainda é incipiente em termos teóricos. No dia a dia do jornalismo corresponde “a produção de conteúdo através das variadas plataformas móveis *always on* que o conceito se operacionaliza de forma plena tendo-se como exemplos atualizações de *micriblogs* e *moblogs* ou *live streaming* como novas condições introduzidas pelo jornalismo móvel” (2009, p. 75). Segundo o autor, tais práticas começam a ser adotadas pelas empresas jornalísticas no Brasil em 2007, na época com o uso da tecnologia 3G.

A seguir serão descrito de maneira muito breve dois episódios em que a imprensa portou-se de maneira diferente em relação ao chamado jornalismo móvel e ambos os casos – que envolvem situação de incêndio – suscitam questionamentos sobre o fazer jornalístico.

O primeiro caso trata-se do incêndio de grandes proporções na Vila Chocolateira, que aconteceu na região central de Porto Alegre, no início da tarde de 26 de janeiro de 2009. Um repórter do Grupo RBS, furou a barreira estabelecida à imprensa, valendo-se de carregar micro-equipamentos que cabiam em uma mochila<sup>4</sup> e não chamavam a atenção entrou na Vila, em uma área em que residentes tinham acesso, mas a imprensa não. Fazendo-se passar por um morador local iniciou as transmissões *in loco* e em tempo real das cenas do incêndio. A transmissão durou cerca de 30 minutos, sem edição, e foi interrompida por problemas técnicos (AZAMBUJA, 2010).

O segundo caso, apesar de não contar com a atuação das empresas na prática do jornalismo móvel (ou justamente por esse motivo) torna-se um caso mais

---

4) Na época a empresa ainda não utilizava o celular para captura e transmissão de imagens na prática do jornalismo móvel, o repórter portava uma mini-câmera de vídeo conectada ao computador (que estava dentro da mochila) e o computador tinha conexão 3G. Pouco tempo depois deste acontecimento, o grupo empresarial adotou a utilização de aparelhos celulares para este tipo de cobertura.

complexo. O exemplo é de um incêndio ocorrido no Rio de Janeiro: um pouco antes das 22h de sábado, dia 19 de junho de 2010, teve início um incêndio no Morro da Catacumba, perto da Lagoa Rodrigo de Freitas, zona nobre da cidade do Rio de Janeiro. Em menos de 30 minutos<sup>5</sup> informações sobre o acontecimento circulam rapidamente por perfis do Twitter com as *hashtags* #fogo e #fogonorio.

A imprensa de referência, nas seções e de ‘plantão’ de seus sites, depois de quase duas horas do início do incêndio publicou algumas notas durante a noite utilizando como fonte as informações que circulavam no Twitter. Matérias mais completas foram publicadas na manhã de domingo, dia 20, mesmo assim utilizavam como referência conteúdos produzidos (fotos, vídeos e depoimentos) por usuários no Twitter, conforme pode ser conferido na Figura 2.

Na parte da figura 2, destacada em vermelho, e ampliada na Figura 3, há referências a conteúdos produzidos por usuários.

O destaque “A” credita o vídeo a um internauta<sup>6</sup>. Já o destaque “B” faz referência ao perfil no Twitter na empresária Flora Gil, esposa do ex-ministro da Cultura Gilberto Gil.

Assim como o perfil da colunista Cora Rónai, muitos outros perfis publicaram informações em texto, vídeo e fotos durante o desenrolar dos fatos. Muito provavelmente em função do horário e do dia da semana em que aconteceu o incêndio, a imprensa de referência não realizou a cobertura jornalística do incêndio. Limitou-se a noticiar o fato ocorrido e mesmo assim com base em material produzido por internautas.

Foram os usuários da internet que proporcionaram a produção e a circulação de informações que um grande incêndio demanda e com a urgência exigida do jornalismo, e que por ele não foi atendida neste caso. Quem respondeu aos anseios dos moradores da cidade não foram as organizações jornalísticas, mas os próprios moradores das proximidades.

---

5) A partir das 22h30min a autora deste texto acompanhou durante aproximadamente quatro horas o Twitter e a seção de ‘últimas notícias’ os principais jornais e sites brasileiros de referências.

6) Pode ver visto neste endereço: <[http://www.youtube.com/watch?v=orqaAQTY0NQ&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=orqaAQTY0NQ&feature=player_embedded)>

- 
- The image shows a vertical list of seven tweets from the Twitter account @ronai (Cora Rónai). The first tweet is a retweet by @ronai of a tweet by @inagaki. The subsequent six tweets are original posts by @ronai, each containing text and a date of '20 Jun'. The tweets discuss the fire in Catacumba, Rio de Janeiro, and provide geographical context and criticism.
- inagaki** Alexandre Inagaki  by **cronai**  
O segundo vídeo do #fogo no Rio de Janeiro, postado pelo @tcompagnoni, exibe imagens impressionantes: <http://zapt.in/Hfl>  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
**@pinkywainer** Querida, pegou praquele lado também, aliás até mais do que pra cá... :-(  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
**@plarantes** Ah, aquele lado não vejo daqui!  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
Um zoom nas chamas; horrível isso... :-(  
<http://twitpic.com/1yc2yf>  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
**@plarantes** Não há habitantes, é Mata Atlântica.  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
**@pinkywainer** Cantagalo não é. Catacumba fica antes de Fonte da Saudade, e pode ter chegado até...  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
Soltar balão é de uma estupidez e de uma irresponsabilidade criminosas! Cadeia já para esses cretinos!  
20 Jun
- cronai** Cora Rónai   
**@pinkywainer** Cantagalo e Fonte da Saudade são quase opostos. Cantagalo é aqui atrás de casa.  
20 Jun

Figura 1 – Perfil de Cora Rónai (@ronai), com tweets na madrugada do dia 19 para 20 de junho sobre o incêndio no Parque Ambiental da Catacumba, no Rio de Janeiro.



Figura 2 – matéria publicada pelo <www.ig.com.br> no domingo dia 20, às 12h36min e atualizada às 19h19min. URL: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/rj/incendio+no+morro+dos+cabritos+no+rj+esta+sob+controle/n1237672714503.html>>



**A** Internauta publica vídeo do incêndio no YouTube

Embed <object width="316" height="262"><param value="1">

reduziam a velocidade para ver as chamas.

**B** No Twitter, a empresária Flora Gil relatou suas impressões do incêndio. "Mega incêndio na Fonte da Saudade! Rua Sacopã... Vento quente e estranho", escreveu no microblog. "Um balão e tanto estrago! Que incêndio enorme eu vi agora à noite voltando para casa".

\* Com EFE, Agência Estado e Agência Brasil

Leia mais sobre: [rio de janeiro](#) [incêndio](#) [morro dos cabritos](#)

A vegetação bastante seca após vários dias sem chuvas e o vento se encarregaram de expandir rapidamente as chamas.

Após várias horas de combate às chamas com a ajuda de dois helicópteros equipados com tanques para lançar água em áreas florestais, na manhã deste domingo restavam apenas alguns focos isolados, que eram sufocados por diferentes brigadas de incêndio.

O Morro dos Cabritos fica localizado entre os bairros da Lagoa e de Copacabana, regiões nobres do Rio. O fogo também pode ser visto por moradores do Jardim Botânico, Humaitá e Gávea. O trânsito na região do incêndio ficou congestionado durante a madrugada, devido ao trabalho dos bombeiros e aos curiosos que

Figura 3 – Detalhes ampliados da Figura 2.

## 4. Questionamentos finais

São casos em que a imprensa atuou de maneiras opostas, no primeiro incêndio posicionando-se em meio ao acontecimento e transmitindo-o em tempo real, sem edição e fazendo apenas o papel da mediação técnica, enquanto no segundo caso deixa de lado o seu papel de mediador e não se faz presente durante um acontecimento de grandes proporções.

Ficam pendentes algumas questões:

- a. No caso do incêndio do Rio de Janeiro, o jornalismo deixou de cumprir o seu papel pelo fato de suas rotinas produtivas estarem defasadas em relação à demanda de informações da população conectada de um grande centro urbano?

b. Na transmissão em tempo real do incêndio em Porto Alegre, a forma como a imprensa como se utilizou do aparato de TICs móveis, caracteriza uma cobertura jornalística?

Para ambas situações, a mesma pergunta: o jornalismo cumpriu o seu papel?

No caso do Rio de Janeiro ainda temos outro elementantíssimo que é a grande importância alcançada pelos conteúdos gerados por usuários. As tecnologias móveis modificam os papéis tradicionais dos atores, de consumidor à produtor, e o jornalismo parece não ter reelaborado o seu papel neste cenário de permanente troca de informações e de conexões ubíquas.

Já em 2001, uma década atrás, Alves dizia que ao fazer jornalismo para a internet “era possível simplesmente transferir seu modelo de negócio e seu conteúdo para o novo meio. Ignoravam, assim, as características e as limitações da comunicação mediada por computadores. Nenhuma surpresa, portanto, que essa simples transferência de produto de um formato a outro não tenha dado certo” (2011). Essa seria uma fase de transposição em que tanto a produção de conteúdo como os modelos de negócios apenas aplicavam à internet as soluções já desenvolvidas para os suportes existentes. E antecipando o desenvolvimento tecnológico que estaria por vir, diz:

Os palmtops, os celulares com WAP, os primeiros e-books e os novos Internet devices que já estão no mercado são apenas rudimentares insinuações do que vem pela frente. Essas novas tecnologias terão um impacto profundo na evolução deste novo tipo de jornalismo que estamos criando para ser distribuído em múltiplas plataformas. O objetivo de todos nós ao tentarmos reinventar o jornal na Internet é entregar notícias como, quando e onde o usuário a quiser ou a necessitar. (ALVES, 2011).

O tempo não enfraqueceu as palavras de Rosental Calmon Alves, suas considerações sobre o início das operações do jornalismo no começo da internet continuam pertinentes e possíveis de ser aplicadas ao contexto das mídias móveis.

A sociedade é cada vez mais urbana e interconectada. Estima-se que 10% da população mundial viva apenas nas 50 maiores cidades do planeta

(IGARZA, 2010). O perfil do cidadão destas megalópoles é o de um indivíduo conectado 24 horas por dia. O tempo de espera em deslocamentos – como metrô, engarrafamentos no trânsito, esperas em aeroportos – são ocupados para o consumo de informações em situações de mobilidade e em formato de ‘brevidades’, como denomina Igarza. Conforme o autor, a flexibilização da jornada de trabalho, que levou a um constante compromisso com o trabalho, exige que as pessoas façam várias pequenas pausas durante essa jornada que não tem mais hora para começar nem para terminar. São nesses pequenos espaços de tempo dedicados ao descanso e que se intercalam ao longo da dedicação constante ao trabalho que são consumidos produtos culturais (entretenimento ou jornalismo) em formatos reduzidos.

Para Cerezo (2010) a internet já significou uma mudança de paradigma para o fazer jornalístico, mesmo assim ainda não se sabe quais são as conseqüências. Dando prosseguimento a esse processo de mudanças, a mobilidade acelera o que o autor chama de um novo ecossistema de informações. Conforme Cerezo (2010) as informações produzidas para os dispositivos móveis devem considerar as seguintes características: - Fragmentada e viral; - Multimídia; - Aspectos de info-entretenimento; - Geolocalizada; - Personalizada e ‘targetizada’; - Social, participativa e interativa.

No ambiente de comunicação ubíqua das grandes cidades e com a população equipada com celulares, independente do local e do horário em que acontecer um fato de interesse jornalístico, sempre haverá pessoas ávidas por informações assim como pessoas disponíveis, capazes e com condições técnicas para registrar e relatar os acontecimentos. Assim, cada cidadão em potencial é produtor de informação, não importando se com intenções ou com ambições jornalísticas, mas atuando de alguma forma no campo do jornalismo ou muito próximo dele. Nesse cenário tão recente o celular desafia com velocidade e força atozes as práticas do fazer jornalístico.

## Referências

- AGUADO, Juan Miguel e MARTÍNEZ, Immaculada J.. (Coords) *Sociedad Móvil: tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2008.
- ALVES, Rosental Calmon. *Reinventando o jornal na Internet*. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1597.html>>. Acesso em: 23 mar. 2011.
- AZAMBUJA, Grace Bender. *Jornalismo 3G, reconfigurações da produção jornalística na era da mobilidade*. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2010.
- CEREZO, José Manuel. *Smartphone: Toda la información al alcance de tu mano*. In: Telos: cuadernos de comunicación e innovación. nº 83 – una sociedad de movilidad: nuevas fronteras, 2010. Disponível em: <[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Dossier/DetalleArticuloTELOS\\_83TELOS\\_DOSSIERPV1/seccion=1266&idioma=es\\_ES&id=2010051309150001&activo=6.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Dossier/DetalleArticuloTELOS_83TELOS_DOSSIERPV1/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2010051309150001&activo=6.do)> Acesso em: 23 mai. 2010.
- FIDALGO, António e 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, 2009, p. 99 – 117.
- FIRMINO, Fernando. Tecnologias Móveis como Plataformas de produção no Jornalismo. In: LEMOS, A. L. M. (Org.) ; JOSGRILBERG, F. (Org.) . *Comunicação e Mobilidade*. Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009. v. 1. 156 p.
- FIDLER, Roger. *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica, 1998.

IGARZA, Roberto. *Burbujas de Ócio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujia, 2010.

IGARZA, Roberto; VACAS, Francisco; VIBES, Frederico. *La Cuarta Pantalla: marketing, publicidad e contenidos em la telefonía móvil*. Buenos Aires: Lectrorun-Ugerman, 2008.

PELLANDA, Eduardo. Comunicação Móvel no Contexto Brasileiro. In: LEMOS, A. L. M. (Org.) ; JOSGRILBERG, F. (Org.) . *Comunicação e Mobilidade*. Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009. v. 1. 156 p.

VACAS, Francisco. *La Comunicación Vertical: medio personales y mercado de nicho*. Buenos Aires: La Crujia, 2010.

WANGLON, Paolla. *Aplicativos Jornalísticos em Mídias Móveis: o Formato para Smartphones*. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal de Santa Maria. 2010.