



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO
COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

ROBSON CARNEIRO CONCEIÇÃO

JORNALISMO E MOBILIDADE

*O USO DE TECNOLOGIAS MÓVEIS DIGITAIS
NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA*

Salvador
2009

ROBSON CARNEIRO CONCEIÇÃO

JORNALISMO E MOBILIDADE

*O USO DE TECNOLOGIAS MÓVEIS DIGITAIS
NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA*

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. André Lemos

Salvador
2009

TERMO DE APROVAÇÃO

ROBSON CARNEIRO CONCEIÇÃO

JORNALISMO E MOBILIDADE

O USO DE TECNOLOGIAS MÓVEIS DIGITAIS NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em: Salvador, ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

André Lemos

Fernando Firmino

Marcos Palacios

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao professor André Lemos pela orientação neste projeto e mais ainda por me deixar participar do Grupo de Pesquisa em Cibercidades, oportunidade única e que se tornou fundamental para o andamento deste trabalho. Aproveito e estendo esse agradecimento a todos os colegas do GPC. Agradeço também ao professor Wilson Gomes pela oportunidade e orientação nas pesquisas do Observatório de Publicidade em Mídias Digitais. Sem dúvida, foram os principais responsáveis em abrir meus olhos para as possibilidades da Academia. E, no entanto, agradeço ao professor Fernando Conceição pelos ensinamentos da prática jornalística.

Não posso deixar de agradecer, também, ao pesquisador Fernando Firmino pelo auxílio com os textos e bibliografia; aos jornalistas Iloma Sales e Pablo Pereira por terem me recebido tão bem no jornal *A Tarde* e no *Estadão*, respectivamente. Assim como ao professor Marcos Palacios pela disponibilidade de participar da banca examinadora.

Os agradecimentos finais ficam para meu pai, minha mãe, minha irmã e a Kátia pelo amor e apoio incondicionais. E a todos os amigos que fiz nesses anos FACOM, entre colegas, professores e funcionários, especialmente aos Billy's e aos Jimmy's: Alan, Eric, Matheus e Thiago. Minha turma. Muito obrigado!

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem o objetivo de analisar de que forma o jornalismo tem se adaptado à emergência das tecnologias móveis digitais e dos serviços baseados em localização. Para tanto, analisamos brevemente o atual processo de produção de notícias para dispositivos móveis digitais nos jornais *A Tarde* e *O Estado de São Paulo*. Observamos que os *mainstream* se encontram, de certa forma, interessados em repensar estratégias para assegurar a manutenção do controle do fluxo de informação diante da participação cada vez maior do cidadão comum na dinâmica da produção de notícia, seja a partir da utilização da própria estrutura dos meios de comunicação de massa e seus canais de interação com os usuários ou de maneira totalmente independente a partir de blogs, microblogs e demais redes sociais digitais.

Palavras-Chaves: Jornalismo Móvel; Mobilidade; Mídias locativas; Tecnologias Móveis digitais; Espaço Urbano.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. ESPAÇO URBANO	13
2.1. LBT, LBS e Mídias Locativas	13
2.2. Jornalismo e Espaço Urbano	16
2.3. Territórios Informacionais	19
3. JORNALISMO E NOVAS TECNOLOGIAS	21
3.1. O Jornalismo Cidadão	23
3.2. O Jornalismo Móvel	26
3.3. Novas Tecnologias de Acesso	26
3.3.1. Sites WAP e MOBILE	27
3.3.2. SMS	29
3.3.3. Bluetooth	31
3.3.4. QR CODE	32
3.4. Novas Tecnologias de Produção	35
4. CASOS ILUSTRATIVOS	39
4.1. O Jornal <i>O Estado de São Paulo</i>	39
4.2. O Jornal <i>A Tarde</i>	44
5. CONCLUSÃO	48
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

1. INTRODUÇÃO

As empresas de comunicação concentram seus esforços atualmente no desenvolvimento de estratégias e técnicas que facilitem o processo de convergência de mídias. O que, ao mesmo tempo, representa uma diversificação de suas plataformas de produção e distribuição de notícias, torna-se também uma verdadeira aventura de desbravamento no campo das novas tecnologias, sobretudo, as que se referem à mobilidade. Essa necessidade de adaptação dos veículos tradicionais às novas possibilidades da comunicação móvel e digital tem a ver não só com o fato de se estar simplesmente acompanhando o avanço tecnológico de agora e, dessa forma, conseguir evitar que a empresa fique para trás em relação à concorrência, mas também, e não se pode se deixar de observar, é algo que tem a ver com a manutenção do controle do fluxo da informação (PALACIOS; MUNHOZ, 2007), da posição social do veículo e do próprio papel do jornalismo dentro do contexto da esfera pública.

Uma das principais características da internet, como já está sendo discutida e experimentada há algum tempo, é, sem dúvida, a liberação do pólo de emissão, o que possibilita que qualquer usuário possa livremente criar e distribuir conteúdos de forma rápida e simplificada a partir de blogs, podcasts, P2P, redes de relacionamento, etc. (LEMOS, 2007a). Aliado a essa abertura do pólo emissão, cujo fenômeno nunca antes foi possibilitado em tamanha escala por outra mídia, e às redes de distribuição aqui citadas, encontra-se, também, a facilidade cada vez maior de produção de informação multimídia nos mais diversos formatos como texto, foto, vídeo e áudio, a partir de uma gama de dispositivos digitais portáteis que se tornam, também, de forma gradativa, ao decorrer do tempo e do aperfeiçoamento das versões, mais acessível, tanto no que se refere ao custo quanto na maneira de usar.

Entre os equipamentos móveis digitais que permitem uma produção e distribuição de conteúdo multimídia em mobilidade, destacam-se os aparelhos celulares. Para Lemos, eles devem ser pensados como Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM) tendo em vista que o serviço de voz é apenas mais uma das possibilidades do uso do aparelho que concentra ainda diversas outras funções de convergência como portabilidade, personalização, conexão através de múltiplas redes, produção de informação, localização, etc. (LEMOS, 2007b).

Segundo os últimos dados da ANATEL¹, Agência Nacional de Telecomunicações, em maio de 2009, o Brasil chegou aos 157.501.813 milhões de celulares, o que significa dizer, ainda de acordo com a ANATEL, que oito em cada dez brasileiros tem um aparelho celular². Deste total, 128.755.999 (81,75%) são pré-pagos, e 28.745.814 (18,25%), pós-pagos. Os estados que obtiveram o maior crescimento neste último levantamento foram Tocantins, Distrito Federal, Goiás, Amapá e Rondônia. Para se ter uma idéia da entrada da tecnologia celular no Brasil, o Distrito Federal lidera o índice de teledensidade³ no país com 1,45 celulares para cada habitante. São esses dados que colocam o país numa posição de destaque no cenário internacional.

É justamente a grande penetração da tecnologia celular no país e o reconhecimento de suas multifuncionalidades, sobretudo, de ferramentas de produção e distribuição em rede de conteúdos, um dos fatores que despertam à atenção dos veículos tradicionais quanto à manutenção do fluxo de informação, assim como foi citado por Palacios e Munhoz. Quanto maior é o número de celulares e contas ativas, maior será também, ao menos, teoricamente, a audiência que pode ser capturada e explorada na nova plataforma digital, mas por outro lado, maior será também o número de produtores potenciais de conteúdo. Ou seja, o aparato móvel digital tem potencial para transformar as tradicionais fontes do jornalismo convencional em possíveis produtores de conteúdo, criando um novo tipo de concorrência para os veículos. A princípio, esta concorrência não estaria pautada por questões de estratégias mercadológicas ou financeiras, mas sim pela divisão do papel de agente detentor da informação.

O jornalismo sempre funcionou como espaço, ou palco, de encontro para discussão de idéias por agentes dominantes de outros campos. Pode-se caracterizar o campo jornalístico, portanto, como um campo de poder que se coloca em relação com outros campos, estabelecendo assim um papel de mediação (FERREIRA, 2002). Atentos a esse processo de abertura cada vez maior, os jornais têm tentado realçar as fronteiras de uma esfera pública onde sempre estiveram acostumados a atuar como atores de regulação social e a produzir a

¹ <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#> Último acesso: 10/06/2009

² <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=18039> Último acesso: 10/06/2009

³ A teledensidade é o indicador utilizado internacionalmente para demonstrar o número de telefones em serviço em cada grupo de 100 habitantes. A teledensidade no Brasil alcançou o índice de 82,44 em maio de 2009, segundo a ANATEL.

agenda de discussão da sociedade (FERREIRA, 2001), ou seja, estão buscando a manutenção das suas funções históricas de *mass media*.

A posição dos *mass media* a respeito da adoção das plataformas móveis digitais na produção de conteúdo ou como mais um canal de distribuição tem muito a ver com as definições das relações de poder propostas por Michael Foucault. Para Foucault, o poder se estabelece e é exercido em rede (FOUCAULT, 1979). O poder, portanto, deve ser compreendido como algo que circula e acontece em cadeia. Ainda na visão de Foucault, o poder não está pura e simplesmente nas mãos de um indivíduo, mas sim em fluxo, passando pelo indivíduo e entrelaçando-o, tornando-o parte da rede, deixando-o em posição de exercer e sofrer sua ação (FOUCAULT, 1979). O que observamos agora é que a rede, neste caso composta por todas as pessoas de uma sociedade que compartilham o mesmo repertório e agenda num contexto macro, encontra-se muito mais efetiva e perceptível com o advento da internet e, como já foi dito aqui, descentralizada na sua emissão. Em outras palavras, o que estamos acompanhando é uma ação mais efetiva dos *mass media* na tentativa de retomar a exclusividade da legitimidade do controle da rede.

Os canais de participação de usuários são bons exemplos da tentativa dos *mass media* em manter o controle da rede. Surgidos inicialmente nos portais de internet, como podemos observar no “Foto Repórter⁴” do *Estadão* e no “Eu-Repórter⁵” do *Globo on-line*, agora a “participação do usuário” foi expandida e invade também a grande mídia tradicional como é o caso do quadro “Bola Cheia e Bola Murcha⁶” do programa dominical noturno “Fantástico” da Rede Globo de Televisão. É como se a internet, potencializada pelas possibilidades de produção dos dispositivos móveis digitais, exportasse a sua gramática para outros meios, forçando, aos poucos, os demais suportes a se tornarem igualmente colaborativos.

A criação de canais de participação de usuários, incluído aqui também os canais dos grandes portais de internet, pode ser entendida como uma forma de trazer a produção que se encontra descentralizada em blogs, microblogs e comunidades digitais para dentro dos

⁴ <http://www.estadao.com.br/fotoreporter>

⁵ <http://oglobo.globo.com/participe/>

⁶ Existem outros exemplos mais jornalísticos e que serão citados mais à frente do uso de imagens do público em programas de televisão, resolvemos citar aqui o caso do Fantástico por se tratar de um quadro fixo e não apenas de imagens utilizadas por se tratarem de flagrantes.

veículos. Procedimentos desse tipo ajudariam a manter a hierarquia “veículo-leitor” sendo uma forma também dos *mass media* participarem da rede. Para Palacios e Munhoz, na internet, circuito alternativo e jornalismo tradicional dividem o mesmo suporte e são obrigados a conviver (PALACIOS; MUNHOZ, 2007). Já para Silva, através do jornalismo participativo, “percebe-se uma tentativa não explícita de reconquistar o controle da informação nos mesmos moldes da comunicação de massa” (SILVA, 2007).

Como casos ilustrativos e como uma forma de se entender as discussões que foram levantadas aqui, analisaremos o que tem sido desenvolvido e projetado por duas grandes empresas de comunicação do país, ambas com atuação em diferentes plataformas, o “Grupo A Tarde” e o “Grupo Estado”. O grupo *A Tarde* de Salvador é formado, entre outros empreendimentos, pelo jornal “*A Tarde*”, pelo portal “*A Tarde On-line*” e pela rádio “*A Tarde FM*”. Já o grupo “Estado”, sediado na cidade de São Paulo é composto, também, entre outros empreendimentos, pelo jornal “*O Estado de São Paulo*”, “*Jornal da Tarde*”, “*Agência Estado*”, rádio “*Eldorado*” e portal “*Estadão*”. A escolha dessas empresas se deu, sobretudo, pela posição de tradição que ocupam no jornalismo brasileiro e por se tratar, também, de conglomerados midiáticos que têm caminhado para uma integração cada vez maior de suas plataformas.

O grupo *A Tarde* exerce uma importância regional e o seu jornal impresso é o de maior circulação no estado da Bahia e um dos maiores do Norte-Nordeste. Em janeiro deste ano, inaugurou o “*Mobi*”, canal dedicado exclusivamente a produção de conteúdos para dispositivos móveis digitais. Além disso, o grupo mantém um portal de notícias e serviços desde 1996. O jornal *A Tarde* foi o primeiro jornal do Brasil a incluir QR CODE em suas páginas impressas. O QR CODE⁷ é um código bi-dimensional, criado em 1994 pela empresa japonesa Denso-Wave e pode ser considerada a evolução dos códigos de barras tradicionais. Na tecnologia móvel funciona como um atalho gráfico, uma espécie de “link” para páginas ou arquivos na internet. O seu uso também é relativamente simples. Com um *software* adequado instalado no celular, o usuário fotografa a imagem do código, neste caso, impresso na página do jornal, e partir daí tem o navegador do seu aparelho celular redirecionado para algum endereço na internet. A inclusão do código bi-dimensional é numa tentativa do grupo *A Tarde*

⁷ Sigla de Quick Response. O QR CODE pode ser lido com facilidade mesmo utilizando imagens de baixa resolução.

de promover o *cross media*, ou seja, a integração de suas plataformas, possibilitando a transferência da audiência de uma mídia para outra, neste caso, do jornal impresso para o recém criado canal Mobile.

O grupo “Estado” tem um jornal de grande circulação não só dentro do Estado de São Paulo, mas também por todo o território nacional. Além disso, possui um dos portais mais visitados da internet brasileira. No momento da elaboração desta pesquisa o grupo acabava de anunciar o lançamento de um *software* que iria possibilitar o acesso ao portal *Estadão* a partir do *iPhone*⁸. Juntamente com o novo aplicativo, a empresa começa a concentrar seus esforços num projeto que envolve o uso de mapas. Inicialmente, o serviço vai auxiliar os motoristas no trânsito de São Paulo a fugir de congestionamentos e de más condições das estradas. Este projeto despertou nosso interesse justamente pela emergência das discussões sobre mídia e localização.

Durante a fase de pesquisa do trabalho, foram feitas visitas às redações dessas empresas. No grupo paulista, fomos recebidos pelo jornalista Pablo Pereira, editor-executivo do portal *Estadão*. No jornal *A Tarde*, conversamos com Iloma Sales, editora-coordenadora do canal MOBI.

⁸ O iPhone é um *smartphone* desenvolvido pela Apple Inc. com funções de iPod, câmera digital, internet, SMS, visual voicemail, conexão wi-fi local e 3G. O usuário pode interagir com a ferramenta através de uma tela sensível ao toque.

2. ESPAÇO URBANO

2.1. LBT, LBS e Mídias Locativas

Para se entender a importância cada vez maior dos dispositivos móveis digitais, potencializados pelas redes sem fio de alta velocidade, tanto num contexto mais amplo da comunicação social que envolve, inclusive, as relações interpessoais e institucionais, como e mais precisamente, para se entender a relação dessas novas mídias junto às empresas e profissionais de comunicação, nosso objeto de estudo, é necessário que se compreenda também o atual estágio de desenvolvimento dos serviços e tecnologias da internet. Na visão de Lemos, estamos num terceiro estágio de desenvolvimento: inicialmente, na década de 1970, tínhamos o computador pessoal (PC); em seguida, nas décadas de 1980 e 1990, o computador pessoal se tornou o “computador coletivo” (CC), conectado ao ciberespaço; e, atualmente, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (*laptops, palms, celulares*), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciante, insistindo na mobilidade. Chegamos à terceira fase, a dos “computadores coletivos móveis” (CCM) (LEMOS, 2004). A idéia da computação ubíqua, cujo termo tem origem nos trabalhos de Mark Weiser, é de agir de maneira oposta à tecnologia de realidade virtual, que necessita da imersão do usuário no mundo simulado em 3D por computadores. (LEMOS, 2004).

Após a emergência da web 2.0, que potencializou a colaboração entre usuários, as atenções da rede estão cada vez mais voltadas para as “tecnologias baseadas em localização” que, por consequência, produzem os “serviços baseados em localização”, mais conhecidos, respectivamente, como LBT⁹ e LBS¹⁰. As LBT compreendem a infra-estrutura. São compostas, por: dispositivos móveis digitais (*celular, notebook, netbooks, PDA's, smartphones, câmeras, gravadores digitais, etc.*); redes sem fio (*Wi-fi, Wi-Max, 3G, Bluetooth e GPS*); e sensores (RFID). Enquanto que os LBS dizem respeito ao uso dessas tecnologias na criação de serviços baseados em localização que podem ser consumidos e reconfigurados em mobilidade, como as redes sociais móveis.

⁹ Do inglês: location-based technologies

¹⁰ Do inglês: location-based services

Um bom exemplo do avanço dos serviços baseado em localização na web é o crescente interesse do Google¹¹, principal marca e empresa da internet atual, em projetos envolvendo tecnologias móveis. Os lançamentos de maior repercussão do grupo nos últimos anos estão ligados à localização. Entre eles: o *Google Earth*¹² que permite a visualização de praticamente qualquer parte do planeta e ainda de galáxias e vales submarinos, tudo isso através de imagens via satélites que podem ser salvas e compartilhadas com outros usuários do *software*; o *Google Maps*¹³ que disponibiliza aos usuários mapas detalhados como nomes de ruas e informações de contatos, telefones, endereço de instituições e distância entre pontos (as imagens de satélite exibidas tanto pelo *Google Earth* quanto pelo *Google Maps* têm entre um e três anos de fotografadas, segundo o próprio Google¹⁴); o *Google Street View*¹⁵ que vai muito além e permite que os usuários caminhem virtualmente por ruas de todo o mundo também com uso de fotografias obtidas a partir de satélites, possibilitando vistas panorâmicas dos lugares; e o quarto e mais recente exemplo é o *Google Latitude*¹⁶.

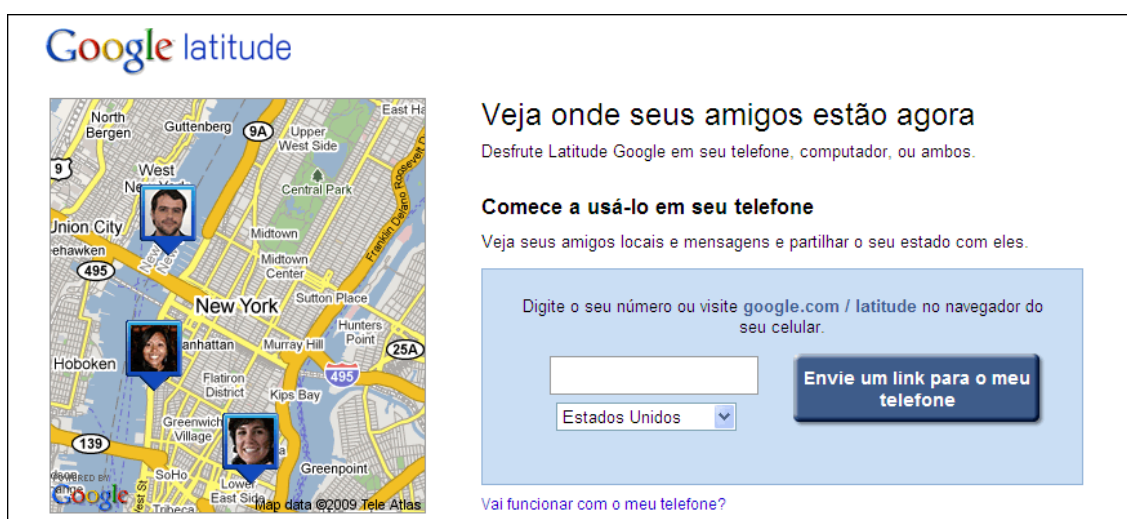


Imagem 01: Tela inicial do Google Latitude.

¹¹ <http://www.google.com.br>

¹² <http://earth.google.com/intl/pt>

¹³ <http://maps.google.com.br>

¹⁴ A política de atualização desses softwares está no GOOGLE ajuda, disponível: <http://maps.google.com.br/support/bin/answer.py?hl=br&answer=22040> Acesso: 10/06/2009

¹⁵ <http://maps.google.com/help/maps/streetview>

¹⁶ <http://www.google.com/latitude/intro.html>

Lançado em fevereiro deste ano, a ferramenta é uma espécie de rede social móvel que permite ao usuário saber a localização em tempo real de amigos que estejam igualmente cadastrados no sistema. A localização é feita a partir do sistema GPS¹⁷ e a visualização acontece a partir do próprio *Google Maps*. Os dados são acessados via celular e a aplicação permite ainda que o usuário faça ligações, envie um SMS ou mande e-mails sem que para isso seja necessário deixar o sistema.

Além do desenvolvimento dos serviços baseados em localização, o Google optou também em liberar as API'S¹⁸ (sigla de Interface de Programação de Aplicativos) do seu serviço de mapas. O que significa dizer que, a partir do conhecimento de suas rotinas e padrões de programação, outras aplicações desenvolvidas por qualquer empresa ou até mesmo por usuários comuns podem utilizar livremente a estrutura do *Google Maps* para criar novas ferramentas e funcionalidades. Desta abertura surgiram diversos novos serviços baseados em localização como, por exemplo, o *Wikicrimes*¹⁹. O Wikicrimes tem o objetivo de mapear as regiões com maior índice de violência de uma determinada cidade a partir de relatos de usuários que cadastram suas experiências num banco de dados coletivo, acessado a partir da interface de colaboração *wiki*. O mesmo acontece com o curioso “Mapa da Coxinha” que se propõe também de forma colaborativa a apontar os melhores lugares para se comer coxinha no estado de São Paulo.

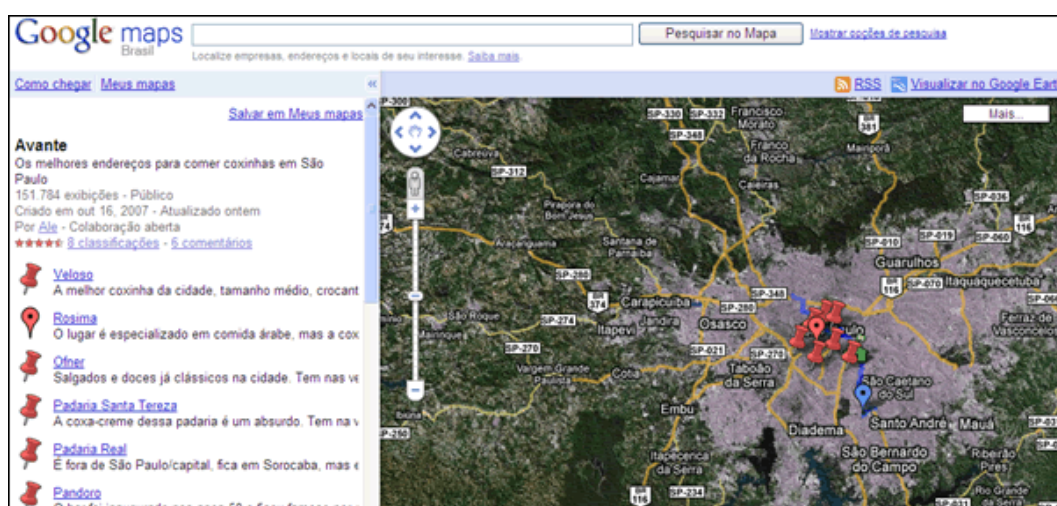


Imagem 02: Mapa da Coxinha de São Paulo visualizado a partir do Google Maps.

¹⁷ Sigla de Sistema de Posicionamento Global

¹⁸ Do inglês: Application Programming Interface

¹⁹ <http://www.wikicrimes.org>

O Mapa da Coxinha não faz exatamente o uso externo de API's, pois funciona dentro do próprio *Google Maps*, mas é um bom exemplo das potencialidades dos serviços baseado em localização.

Os serviços e as tecnologias baseados em localização com seus dispositivos, sensores, redes e banco de dados foi o que favoreceu o surgimento das mídias locativas. O termo foi criado por Karlis Kalnins para um evento sobre mídias emergente realizado em 2003, na cidade de Karosta, na Letônia. Posteriormente, o nome “mídia locativa” foi adotado por artistas para classificar os trabalhos que vinham sendo desenvolvidos com dispositivos móveis digitais e ao mesmo tempo com a finalidade de criar uma separação semântica do uso que estava sendo feito dessas mesmas ferramentas pelo setor corporativo, sobretudo, pelos profissionais de marketing, os quais ficaram com a denominação “*Mobile Marketing*”.

Podemos entender as mídias locativas como um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais onde o conteúdo da informação aparece intimamente ligado a uma determinada localidade. As mídias locativas exercem funções de monitoramento, vigilância, mapeamento, geoprocessamento, mobilização, anotações urbanas eletrônicas e jogos urbanos pervasivos (LEMOS, 2009). A mídia locativa é, portanto, a mídia que tem na ocupação do espaço público, uma forma de produzir sentido, informação, interação e memória (LEMOS, 2009). Seria o mesmo que afirmar que o local funcionaria com uma espécie de banco de dados que enviaria informações contextualizadas a dispositivos sensíveis capazes de capturar, processar e distribuir essas informações em mobilidade. Dessa forma, a mídia estaria atenta ao contexto, reagindo ao lugar de onde se acessa ou processam-se as informações. O lugar passa, então, a se configurar não só por suas características físicas, culturais e sociais, mas por esses bancos de dados que disparam informações que serão captadas por dispositivos móveis digitais. Pela primeira vez na história temos uma junção de mobilidade física com mobilidade informacional. Podemos produzir, consumir e distribuir informação em movimento (LEMOS, 2004).

Esse novo momento da internet de interação entre espaço físico e eletrônico, com grande visibilidade para os serviços de localização através do uso de mapas e *geo-tags*²⁰, deu

²⁰ Geo-tags são marcações feitas em pontos específicos de mapas ou no próprio espaço urbano.

origem a “internet das coisas²¹” ou ainda, numa segunda definição, a “internet que pinga nas coisas” (LEMOS, 2009). Ambos os termos são metáforas para designar a computação ubíqua e pervasiva presente em objetos sensíveis capazes de se comunicar entre si e com o homem a partir de dispositivos móveis digitais e ondas de rádio de variados alcances, propagadas por redes sem fio. Pode-se dizer que a primeira corrida foi para se fazer o “*upload*” do mundo. Tudo deveria estar na internet de forma acessível para todos: pessoas, empresas, cidades, etc., mas o que assistimos agora é o processo contrário, mesmo que ainda tenhamos o processo de “*upload*”, o que verificamos agora é o crescimento da cada vez maior do “*download*” do ciberespaço (LEMOS, 2009). Para Eduardo Pellanda, a internet das coisas e a computação pervasiva, que se espalha por todos os lugares e objetos, satisfazem um velho anseio do ser humano, a onipresença (PELLANDA, 2006).

2.2. Jornalismo e Espaço Urbano

Caminhar é se apropriar do lugar. O “lugar” a que nos referimos aqui deve ser entendido como o fruto de uma dinâmica social, portanto, como algo que é construído socialmente. Segundo Michael De Certeau, quando caminhamos criamos uma espécie de discurso sobre a cidade (DE CERTEAU, 1996). É dessa forma que damos nossa contribuição para a criação da identidade da cidade, dos caminhos possíveis de seguir, por onde passar, onde ficar. É uma maneira também de se afastar de uma visão meramente funcionalista da cidade. Na ocupação dos espaços públicos é que criamos a viscosidade social.

O deslocamento pelo espaço urbano como uma forma de criação de discursos, da maneira como é defendida por De Certeau, se aproxima do ideal da prática jornalística. Não seria equivocado pensar o jornalismo como a atividade de criação de narrativas diárias, de fatos não-ordinários, referentes a uma determinada cidade ou região. Percorrer o espaço urbano, observar a cidade e saber interpretá-la é papel do jornalismo. O deslocamento cria um discurso que, neste caso, é a própria notícia.

O jornalismo produzido a partir e para dispositivos móveis, que analisamos aqui, está por potencializar certas características que são inerentes à própria função jornalística. Como é

²¹ Do inglês: Internet of thing

o caso desse olhar diário sobre a cidade, a busca por descrevê-la. A criação de um discurso e um significado a partir das notícias e dos suportes técnicos que as formatam. Para Lemos, “As cidades e os processos midiáticos que lhe são correlatos e estruturantes, como o jornalismo e depois as mídias audiovisuais, são desde sempre fluxo, troca, deslocamento, desenraizamento e desterritorializações (das relações sociais, das informações e dos territórios).” (LEMOS, 2007a)

De Certeau nos fala também do uso da técnica como um mecanismo de relação entre o homem e a cidade na busca de apropriação plena do espaço:

“A vontade de ver a cidade precedeu os meios de satisfazê-la. As pinturas medievais ou renascentistas representavam a cidade vista em perspectiva por um olho que, no entanto, jamais existira até então. Elas inventavam ao mesmo tempo a visão do alto da cidade e o panorama que ela possibilitava. Essa ficção já transformava o espectador medieval em olho celeste. Fazia deuses. Será que hoje as coisas se passam de outro modo, agora que os processos técnicos organizaram um “poder onividente”? O olho totalizador imaginado pelos pintores de antanho sobrevive em nossas realizações.” (DE CERTEAU, 1996)

O “olho celeste” ou, ainda, o “olho totalizador” descrito por De Certeau como estratégia de apropriação simbólica do homem medieval em relação a sua cidade, na maneira de observá-la e consumi-la, ganha forma, nos dias de hoje, através das câmeras dos aparelhos celulares que a tudo registram. Segundo André Lemos, o celular pode ser considerado o controle remoto das práticas do cotidiano por “radicalização da convergência digital, transformando-se em um ‘teletudo’ para a gestão móvel e informacional do cotidiano” (LEMOS, 2004). Já Fernando Firmino da Silva reforça essa idéia ao afirmar que o celular enquanto dispositivo híbrido surge como personagem principal da prática do imediatismo por “concentrar uma série de funções e oferecer mobilidade ao portador para registrar situações em vários formatos e enviar de qualquer lugar através de *SMS*, *MMS* ou pela própria web móvel.” (SILVA, 2008c)

Se considerarmos realmente a metáfora de que o celular é, nos dias de hoje, o equivalente ao olho totalizador descrito por De Certeau para descrever a arte dos pintores de antanho, podemos imaginar também que exista outro tipo de viscosidade social. Se antes as pessoas se aglomeravam no espaço urbano a partir de critérios somente de infra-estrutura

física, como optar em passar ou transitar por ruas mais iluminadas, asfaltadas, ou com alguma representação simbólica subjetiva, como o próprio nome das ruas (CERTEAU, 1996). Agora, as pessoas se reúnem também a partir da necessidade de se buscar uma infra-estrutura informacional como conectividade, largura de banda e acesso gratuito à internet, criando, assim, novos espaços sociais relevantes. Sobre isso, Lúcia Santaella (SANTAELLA, 2008) afirma que o advento da internet provocou, inicialmente, “o deslocamento (aqui preferimos considerar como alargamento) da esfera pública para a imaterialidade das redes eletrônicas e dos sistemas de informação”, mas o surgimento das redes sem fio e dos serviços de comunicação móveis baseados em localização, está estimulando uma nova forma de ocupação do espaço público. Ainda para Santaella (SANTAELLA 2008), o espaço público tem total relação com a esfera pública, sendo o local onde as pessoas se reúnem para a discussão de assunto de interesse público.

A viscosidade social criada pelo fluxo informacional também é analisada por Lemos ao afirmar que “o espaço urbano é um espaço socialmente produzido. (...) A cidade é o espaço físico das práticas sociais e o urbano a invenção dessas práticas. (LEMOS, 2008). Isso nos permite falar em ciberurbe que, em suma, diz respeito a essa nova alma da cidade ou, em outras palavras, o urbano da cibercultura. A interpretação do sentido de urbanidade promovida pela cibercultura cria também uma nova relação entre espaço urbano e a esfera midiática, acessada a partir das mídias locativas. O espaço urbano passa, então, a emitir informações que podem ser acessadas a partir de dispositivos móveis.

2.3. Territórios Informacionais

O ambiente que mescla espaço físico e ciberespaço ganhou denominações diferentes no entendimento de alguns autores. Lúcia Santaella definiu esse ambiente como sendo os “espaços intersticiais” (SANTAELLA, 2007) por considerar que eles têm a “tendência de dissolver as fronteiras rígidas entre o físico, de um lado, e o virtual, de outro, criando um espaço próprio que não pertence nem propriamente a um, nem ao outro”. Já André Lemos utilizou o termo “territórios informacionais” para definir essa relação (LEMOS, 2007a).

A denominação elaborada por Lemos para analisar a convergência de ciberespaço e espaço físico, nos parece mais adequada, pois considera a existência de um “espaço híbrido de controle informacional” em contraponto a possível formação de um terceiro espaço,

defendido por Santaella. Já que estamos falando do *download* do ciberespaço e de fazê-lo, assim, parte integrante do mundo físico, fenômeno que está em curso com a emergência da internet das coisas, o fato de se imaginar um terceiro espaço servindo de plataforma de conexão entre mundo físico e mundo eletrônico, como se refere Santaella, seria correr o risco de se criar uma nova instância do próprio ciberespaço, um espaço não tão acima como antes, mas ainda não totalmente desplugado de fios, cabos ou de um isolamento social.

Os territórios informacionais geram novas possibilidades de ocupação e entendimento do espaço, potencializando o seu uso para diversas outras práticas como jogos urbanos eletrônicos, mobilizações sociais instantâneas, conhecidas como “*flash mobs*”²² e “*smart mobs*”²³, anotações urbanas eletrônicas, etc. A computação ubíqua e pervasiva em objetos e lugares, possibilitada a partir do advento dos serviços e das tecnologias baseados em localização, apontam para uma ampliação da própria idéia de lugar. A redefinição das funções dos lugares e dos sentidos agregados aos mesmos nos aproxima do que Foucault definiu como novas “heterotopias” (FOUCAULT, 1984). Citando Foucault, heterotopias são “espaços reais – espaços que existem e que são formados na própria fundação da sociedade – que são algo como contra-sítios, espécies de utopias realizadas nas quais todos os outros sítios reais dessa dada cultura podem ser encontrados, e nas quais são, simultaneamente, representados, contestados e invertidos” (FOUCAULT, 1984).

No contexto do jornalismo móvel, os conceitos de espaços intersticiais e de territórios informacionais se aproximam do que Silva definiu como “ambiente móvel de produção”. Este ambiente de fluxo informacional ou de comunicação generalizada (LEMOS, 2004) permite ao repórter, munido de uma estrutura operacional que envolve dispositivos móveis digitais e redes de sem fio de alta velocidade, produzir a notícia ainda em campo, aproveitando as potencialidades da junção do espaço urbano e espaço virtual (SILVA, 2007).

De acordo com Lemos:

²² Nos *flash mobs*, as pessoas são convocadas a participar de alguma ação rápida nas ruas e depois disso devem se dispersar como se nada tivesse acontecido. A convocação acontece, geralmente, via SMS ou através de comunidades virtuais. Essas práticas podem ter finalidades artísticas ou ter um objetivo mais engajado, de cunho político-ativista.

²³ No caso das *smart mobs* não há dispersão imediata. A idéia dessa ação é mobilizar multidões com fins de protesto político em praça pública.

Devemos definir os lugares, de agora em diante, como uma complexidade de dimensões físicas, simbólicas, econômicas, políticas, aliadas a banco de dados eletrônicos, dispositivos e sensores sem fio, portáteis e eletrônicos, ativados a partir da localização e da movimentação do usuário. Esta nova territorialidade compõe, nos lugares, o território informacional. (LEMOS, 2009)

É justamente nos territórios informacionais, entre espaço físico e eletrônico, com o lugar e a informação contextualizada em posições de destaque, que se dão as novas práticas da sociedade contemporânea. Mesmo que essa dinâmica não seja algo proposital (nos referindo aqui a algo que não é nem imposto muito menos forçado), e por isso, talvez, ainda passe despercebido por parte da população, a interação social no espaço público se dá cada vez mais a partir de dispositivos móveis digitais, o que vem também deslocando o consumo da informação, seja notícia ou entretenimento, do espaço privado como acontece com os meios de massa convencionais, para a mobilidade do espaço público (LEMOS, 2008).

Entre essas práticas sociais, está a atividade jornalística. A oportunidade de estar conectado em diferentes pontos da cidade, a qualquer hora do dia, sem a necessidade de cabos, isso graças ao surgimento e desenvolvimento das redes sem fio de alta velocidade, somando-se a possibilidade de acesso de informações em mobilidade a partir de dispositivos, principalmente aparelhos celulares, tem reconfigurado a maneira como as pessoas consomem informação, gerando, por consequência, novas necessidades e demandas tanto de produção quanto de formato.

3. JORNALISMO E NOVAS TECNOLOGIAS

As discussões sobre os rumos do jornalismo recomeçam cada vez que novas ferramentas e novas tecnologias surgem e são apropriadas pelo jornalismo. Na visão de Silva (SILVA, 2008c), as novas tecnologias digitais funcionam como “operacionalizadores de novas rotinas produtivas ou implementadores de interação com a audiência”. Para David White, características básicas e inerentes a profissão, sempre serão mantidas pelo jornalismo enquanto campo social e pelos jornalistas no seu papel de *gatekeeper*, de selecionador de notícias (WHITE, 1993).

Dessa forma, as novas tecnologias móveis digitais surgem com o poder de potencializar o fazer jornalístico, não necessariamente representando uma ruptura com as práticas anteriores, de maneira semelhante à adaptação ocorrida com o advento de plataformas anteriores.

Como afirma Marcos Palacios:

Entendido o movimento de constituição de novos formatos midiáticos não como um processo evolucionário linear de superação de suportes anteriores por suportes novos, mas como uma articulação complexa e dinâmica de diversos formatos jornalísticos, em diversos suportes, em convivência e (complementação) no espaço midiático, as características do jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como Continuidades e Potencializações e não, necessariamente, como Rupturas em relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores. (PALACIOS, 2003)

Agora as tecnologias digitais caminham para mobilidade e o jornalismo aos poucos volta-se para a hiperlocalização²⁴ da notícia. Se mobilidade e cidade são indissociáveis (LEMOS, 2007a), jornalismo e cidade também são e, por consequência, jornalismo e localização (MACHADO, 2000). O próprio bê-á-bá da produção jornalística aponta “o local” como um dos principais referenciais da construção de uma matéria ao ensinar que, uma reportagem por mais simples que seja, deve responder a perguntas básicas como: “o quê?”, “quando?”, “quem?”, “por quê?” e “onde?”. Depois de respondidas essas questões centrais vêm as notícias subseqüentes completando e pormenorizando a informação (FIDALGO,

²⁴ Jornalismo locativo também conhecido como LOJO.

2007). No jornalismo estadunidense e inglês, o jargão jornalístico coloca essas questões como os “cinco W”, a saber: “*Who*”, “*What*”, “*Where*”, “*When*” e “*Why*” (TAMBOSI, 2004). As mídias móveis digitais têm potencializado a importância do já institucionalizado “*Where*”, ou local dos acontecimentos.

As transformações nos veículos de comunicação com o objetivo de atender essas novas demandas são inevitáveis. E muito além das mudanças no produto a ser entregue à audiência, as transformações que as tecnologias móveis estão causando no campo jornalístico dizem respeito à própria rotina produtiva das redações. Os dispositivos móveis digitais não são apenas um suporte para o consumo de notícias, mas sim uma plataforma completa de desenvolvimento multimídia, o que nos faz pensar na ideia de redação móvel.

No entanto, as redes sem fio de banda larga, especialmente as redes Wi-fi e 3G, são uma das principais responsáveis por esse atual estágio da cultura contemporânea, onde o jornalismo está imerso. Por possibilitar uma conexão generalizada (LEMOS, 2004), as redes sem fio se configuram como um dos agentes principais da mudança, inclusive, da função dos aparelhos celulares na produção jornalística. Se num dado momento do desenvolvimento tecnológico, o celular já foi e continua sendo bastante utilizado na sua função primária, enquanto telefone, para fazer “falar” repórter e redação, agora, a possibilidade de tráfego de dados numa velocidade considerável ampliou o uso e a importância do aparelho. Para Silva, “as transformações não aparecem apenas do ponto de vista técnico, mas, essencialmente, na perspectiva de práticas redefinidoras de modos de se comunicar e circular informação via dispositivos móveis” (SILVA, 2008d).

Uma das mudanças mais significativas surgidas com as tecnologias móveis digitais e as conexões sem fio de alta velocidade, como também uma das principais situações com a qual os veículos tradicionais terão que se adaptar, como nós já referimos aqui, é a possibilidade de cidadãos comuns produzirem e distribuírem conteúdo. Enquanto as mídias tradicionais, ou o *mainstream*, formado pelos grandes jornais e revistas, emissoras de televisão e em menor escala as emissoras de rádio²⁵, necessitam de um grande aparato técnico e de profissionais altamente especializados para produzir, distribuir conteúdo e manter toda a estrutura em

²⁵ Referimos-nos ao rádio com a expressão “em menor escala”, pois a existência de rádios comunitárias, universitárias e demais projetos experimentais, nos faz crer que esta é uma tecnologia mais acessível em comparação aos demais dos meios de comunicação de massa.

funcionamento, tornando, assim, esse processo impossível de ser realizado por um uma única pessoa, as mídias móveis digitais permitem que qualquer cidadão registre fatos e eventos e faça esse conteúdo circular em rede. Extrapolando qualquer referência anterior a idéia de convergência, assim como o sentido da simplicidade, os celulares são capazes de filmar, tirar fotos, gravar áudios, etc. como podem, além disso, ser carregados no bolso.

3.1. O Jornalismo Cidadão

A facilidade de acesso, do uso e as diversas ferramentas disponíveis nos aparelhos celulares, como os recursos de foto, vídeos e áudio, geraram a possibilidade de a tudo se registrar, como se isso fizesse parte da própria subjetividade do dispositivo. Esses registros podem ser de eventos banais e situações cotidianas, como um simples passeio pela cidade ou um encontro casual entre amigos, registros que podem e provavelmente serão descartados rapidamente, sendo criados, portanto, apenas como uma forma de reforçar certos laços sociais, sem com isso, ter a pretensão de gerar memória ou, ainda, transforma-se num álbum de recordações tradicional. Isso significa dizer que o consumo do material produzido por esses dispositivos se estabelece na rede, na possibilidade do envio rápido e imediato (LEMOS, 2005).

Por outro lado, situações registradas por cidadãos comuns também podem funcionar como testemunhos de catástrofes humanas, ganhando espaço nos meios de massa de todo mundo. A respeito destes testemunhos, temos o famoso exemplo das Tsunamis que atingiram parte dos continentes asiático e africano, no final de 2004, tirando a vida de milhares de pessoas e deixando outras milhares desabrigadas. Na ocasião, os veículos de comunicação tradicionais encontraram dificuldades em acessar a áreas afetadas pelas ondas gigantes e, dessa forma, couberam aos moradores e demais pessoas que estavam próximas ao local, o trabalho de registrar a tragédia, principalmente utilizando seus aparelhos celulares e redes de comunicação sem fio.

A capacidade de mobilidade, portabilidade e transmissão sem fio possibilitada por esses aparelhos supera e parece ser mais útil, em ocasiões como esta, do que toda a parafernália operacional necessária para se estabelecer um “link” entre local e audiência na mídia

tradicional, seja tratando-se de uma emissora de televisão ou, em menor grau, de uma emissora de rádio. Pelo que citamos até aqui, podemos afirmar, então, que esses dispositivos são capazes de desempenhar tanto funções massivas quanto funções pós-massivas.

Aqui vemos o conceito de Lemos para funções pós-massivas:

Na cibercidade contemporânea estamos vendo se desenvolver uma relação estreita entre mídias com funções massivas (as «clássicas» como o impresso, o rádio e a TV), e as mídias digitais com novas funções que chamaremos aqui de «pós-massivas» (internet, e suas diversas ferramentas como *blogs*, *wikis*, *podcasts*, redes P2P, *softwares* sociais, e os telefones celulares com múltiplas funções). A evolução do binômio cidade-comunicação acompanha o desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Se as cidades da era industrial constituem sua urbanidade a partir do papel social e político das mídias de massa, as cibercidades contemporâneas estão constituindo sua urbanidade a partir de uma interação intensa (e tensa) entre mídias de função massiva e as novas mídias de função pós-massiva. (LEMOS, 2007a)

Para além da tragédia, mas ainda citando o episódio das Tsunamis, os dispositivos móveis foram importantes também na mobilização mundial para organização de uma frente de ajuda humanitária às vítimas, onde se destacou o uso das mensagens SMS. Da mesma forma, foi através de uma gravação de celular que o mundo pode “assistir” os momentos finais - que incluíram extremismo religioso, insultos e xingamentos - do ex-ditador, político e estadista iraquiano Saddam Hussein, enforcado em dezembro de 2006, após ser julgado por crimes de genocídio. Paradoxalmente a maneira que se deu o registro de sua morte (através de um aparelho celular) Saddam Hussein foi sempre um personagem que teve o seu nome e a sua imagem ocupando o noticiário mundial da grande mídia massiva por pelo menos três décadas.

Podemos citar ainda os atentados terroristas de Madri (2004) e Londres (2005) onde pessoas comuns produziram e distribuíram, num primeiro momento, os conteúdos mais relevantes sobre esses ataques. Contudo, registros como esses não ocorrem apenas em tragédias de grande repercussão, mas também no dia a dia, pessoas fotografam e filmam cenas do cotidiano de uma grande cidade como assaltos, acidentes, imprudências de trânsito, etc. e oferecem para jornais e sites noticiosos locais, fortalecendo assim o que se convencionou chamar de jornalismo cidadão ou, ainda, jornalismo participativo.

Eduardo Pellanda fala sobre três momentos críticos de conflitos recentes e de que maneira se deu a cobertura dos mesmos. A partir disso, nós podemos evidenciar a crescente importância das mídias móveis digitais no testemunho de grandes acontecimentos mundiais:

A guerra do Iraque em 1991 marcou o primeiro grande conflito ao vivo transmitido ao vivo pela TV. Enquanto caças sobrevoavam Bagdá os repórteres da CNN narravam o fato ao som de explosões. Mais de dez anos depois, em março de 2003, a segunda grande investida das forças ocidentais contra o Iraque os repórteres narravam as cenas de dentro dos tanques (*embedded journalists*) através de telefones celulares e aparelhos de videofone ligados à satélites. O próximo passo seria a população mostrar de dentro dos conflitos o que aconteceu; foi o que aconteceu em Madrid e Londres durante os ataques terroristas. Vítimas viraram repórteres no meio da desinformação geral que se seguiu aos incidentes. (PELLANDA, 2006)

A produção de conteúdo por parte do cidadão comum tem uma grande importância na maneira como os veículos de comunicação tradicional têm pensado e conduzido os seus projetos para mídias móveis digitais. Como já citamos neste trabalho, a inclusão de conteúdo dos usuários nas reportagens e na pauta dos grandes veículos é uma estratégia para se manter o controle sobre o fluxo de informação, enquanto agentes mediadores, lugar este que sempre esteve ocupado pelos veículos de comunicação de massa. Ao mesmo tempo, é uma maneira de se produzir fidelização da audiência através do reforço do sentimento de pertencimento a uma comunidade.

No entanto, não vemos iniciativas muito convincentes da entrada desses veículos no circuito da informação em rede. Analisemos o que acontece com os blogs de jornais tradicionais que possuem também um portal de internet. Estes espaços cada vez mais comuns funcionam muito mais como colunas digitais do que propriamente como blogs, já que muito raramente encontramos blogs de veículos tradicionais participando da *blogosfera*, ou seja, compartilhando informação com demais blogueiros. Esse afastamento da *blogosfera* é uma realidade percebida principalmente no Brasil.

O *mainstream* precisa ainda encontrar formas de tensionar de maneira satisfatória sua relação com o ciberespaço, sobretudo com o advento das mídias móveis digitais e da colaboração em massa evidenciada pela web 2.0 (SILVA, 2007), da mesma forma que é necessário se pensar numa maior abertura da estrutura desses veículos para que se encontrem mecanismos que permitam um melhor aproveitamento do potencial da informação produzida

pelo usuário. Ao tratar das possibilidades surgidas pela abertura do pólo de emissão proporcionada pela internet, o professor Elias Machado escreveu: “Daqui para frente é provável que, cada vez mais o cidadão comum disponha de condições para entrar no circuito de produção da notícia”. (MACHADO, 2003)

3.2. O Jornalismo Móvel

Da relação entre jornalismo e mobilidade surgiu a expressão MOJO, junção das palavras Mobile e Journalism, que em português significa dizer Jornalismo Móvel. O termo começou a ser utilizado no ano de 2005 pela Gannett Newspaper para qualificar o trabalho desenvolvido por alguns repórteres do The News-Press²⁶. O MOJO se refere ao uso de tecnologias móveis digitais (celulares, notebooks, netbooks, gravadores digitais, etc.) aliadas a redes de baixo (BLUETOOTH), médio (WI-FI) e longo alcance (WI-MAX) como ferramentas para se produzir e distribuir notícia. Tudo isso feito em mobilidade, com a possibilidade, inclusive, de se construir a reportagem ainda no local do acontecimento ou em deslocamento, no caminho da redação ou de uma próxima pauta, por exemplo.

No entanto, estamos diante de duas perspectivas para se entender e analisar o jornalismo móvel. Uma diz respeito simplesmente à recepção, sendo os dispositivos móveis digitais apenas um novo suporte para o consumo de informação. A informação, dessa maneira, poderia continuar a ser produzida dentro das redações da maneira convencional passando apenas por uma adaptação de formato para que este se adéque e possa ser acessado por equipamentos mobile. Uma segunda possibilidade é pensar o jornalismo móvel sob o viés da produção, onde as ferramentas digitais seriam utilizadas pelos repórteres para se construir, editar e distribuir a notícia ainda em campo. No entanto, deve-se considerar que ambas as possibilidades são complementares (SILVA, 2008c).

²⁶ Disponível em <http://www.news-press.com>

3.3. Novas tecnologias de acesso

Entre as estratégias de distribuição de conteúdo para celulares, e outros dispositivos móveis, adotadas pelos veículos de comunicação no Brasil, destacam-se os sites WAP, MOBILE e o envio de mensagens via SMS. Apesar de ainda se encontrar em constante desenvolvimento, esses serviços já possuem seu uso de certa forma consolidado, pois são oferecidos de forma contínua ao público. Porém, existem ainda experiências pontuais na distribuição de notícias que envolvem o uso BLUETOOTH e QRCODE (este último, voltaremos a falar, mas já o apresentamos brevemente aqui quando citamos a iniciativa pioneira do jornal *A Tarde*).

A criação de conteúdo para um novo suporte, no entanto, deve respeitar as particularidades do equipamento. No caso do telefone celular, Fernando Corrêa Carmo em sua dissertação de mestrado, “*Jornalismo móvel: um estudo do noticiário produzido para Celulares*”, ao analisar os critérios elaborados por Ricardo Braginski, definiu-o como: a) Instantâneo, pois permite a troca rápida de informação; b) Permanente, o equipamento sempre está próximo e é carregado de um lado pro outro pelo usuário, e jornalista deve saber tirar proveito disso; c) Multimídia, o desenvolvimento dos aparelhos e da largura das conexões permitem um número cada vez maior de transmissão de arquivos de formatos variados; d) Personalizado, formatos como SMS e MMS permitem uma personalização cada vez maior da notícia; e) Interativo, pois permite que os usuários utilizem a plataforma tanto para receber quanto para enviar informação (CORRÊA CARMO, 2008). Deve-se também se considerar as limitações do suporte como a tela reduzida, teclado de difícil manuseio, necessidade de fone de ouvido para acesso a arquivos de áudio na maioria dos aparelhos, etc.

Essas características devem ser levadas em conta na hora da produção das matérias, bem como na hora da escolha dos recursos multimídia e de linguagem mais apropriados para a plataforma com o objetivo de melhorar a experiência do usuário.

3.3.1. Sites WAP e MOBILE

Os sites WAP²⁷, sigla que em português significa “Protocolo de Aplicações sem Fio”, possuem uma estrutura bastante simples e leve. Surgiram quando a transmissão de dados entre dispositivos móveis ainda era algo complexo e instável. Sua arquitetura permite quase que exclusivamente a visualização de textos, as imagens são raras devido justamente a limitação de tráfego imposta pela baixa velocidade da conexão e o alto custo da conexão já que as operadoras cobravam suas tarifas a partir dos minutos conectados, além da quantidade de kilobytes recebidos. É importante ressaltar que ainda não existia nem a conexão 3G nem sequer os atuais planos de acesso à internet quando os primeiros sites WAP surgiram²⁸.

O grupo Folha de São Paulo foi um dos primeiros do país a criar uma versão WAP do seu site de notícias. Assim, no ano de 2000 surgiu o FOLHAWAP, oferecendo parte do conteúdo da Folha On-line, entre eles os canais: Cotidiano, Dinheiro, Esporte, Informática, Ilustrada, Nacionais, Mundo, Ciência e Educação. Segundo Corrêa Carmo, isso mostra que as primeiras e principais iniciativas na criação de formatos para notícias no celular partiram dos grandes grupos de mídia tradicional. (CORRÊA CARMO, 2008).

Os WAPSITES, como também podem ser chamados, surgiram como versões reduzidas do site oficial dos veículos. Em alguns casos, como observamos em nossa pesquisa, a adaptação do conteúdo dos sites convencionais para a tecnologia WAP, incluído aí a mudança de linguagem padrão entre as duas plataformas, acontece de maneira automática por meio de sistemas de computador desenvolvidos especialmente para realizar este tipo de tarefa. Isso significa dizer que no caso da tecnologia WAP em si não existia uma equipe de jornalistas que pensasse e produzisse conteúdo exclusivo para dispositivos móveis. Essa estrutura de produção, no entanto, vem apresentando mudanças significativas nos últimos anos. Uma dessa mudanças está inclusive no nome que alguns portais e sites noticiosos passaram a utilizar para se referir as suas plataformas móveis. Ao invés de WAP, tem-se agora a denominação mobile.

²⁷ Do inglês: Wireless Application Protocol.

²⁸ Os primeiros sites de notícias WAP do Brasil surgiram por volta do ano 2000. A conexão 3G só apareceu XX anos depois em 2006.

Essa mudança é, por sua vez, uma maneira de demonstrar a evolução da tecnologia, não só a respeito da linguagem de programação utilizada para desenvolver os aplicativos que passou de WML para XHTML MOBILE, como também para retratar os avanços e o tipo de conexão utilizada. Enquanto os sites WAP ficaram marcados pelas limitações técnicas e o alto custo de acesso, os sites mobile refletem com maior clareza, desde o próprio nome, à atual fase de desenvolvimento da tecnologia móvel e do consumo de informação em mobilidade. Ao se tornar mobile, os sites puderam incorporar ao seu conteúdo vídeos, sons, imagens, e arquivos para download. Outra mudança é na maneira como as notícias são filtradas e disponibilizadas nos sites móveis. Como veremos mais adiante, no estudo de caso do jornal *A Tarde*, se antes a transposição era feita de forma automática por sistemas integrados, agora alguns veículos já notaram a necessidade e a importância de selecionar as informações que serão mais úteis para os usuários que acessam o site em mobilidade, passando, dessa forma, a destinar equipes exclusivas para cuidar do conteúdo.

Essa mudança de concepção entre sites WAP e MOBILE, ainda que não adotada por todos os veículos, é muito bem ilustrada se analisarmos os projetos do grupo “Estado”. O veículo oferece uma versão do seu portal em dois endereços distintos. O primeiro (<http://wap.estadao.com.br>) é destinado, segundo uma reportagem do próprio portal “*Estadão*”, publicada em 03 de março de 2008, a quem deseja “acessar as notícias por meio de celulares com telas pequenas.²⁹”, pois oferece um conteúdo mais leve e sem o recurso de imagem. A segunda versão do site móvel (www.estadao.com.br/mobile) é mais indicada “para as pessoas que utilizam celulares com telas maiores, como os *smartphones*, e assinam planos de tráfego de dados das operadoras” A versão mobile exibe imagens e outros recursos visuais. A reportagem informa ainda que “dependendo do modelo do celular, ao digitar o endereço convencional do portal (www.estadao.com.br), a versão móvel é carregada automaticamente.” A versão mobile do “*Estadão*”, no entanto, ainda não possui uma equipe exclusiva de conteúdo.

²⁹ Reportagem disponível em: <http://www.estado.com.br/suplementos/info/2008/03/03/info-1.93.8.20080303.52.1.xml> Último acesso: 12/06/2009

3.3.2. SMS

As mensagens enviadas através de SMS são umas principais ferramentas de distribuição de conteúdo para dispositivos móveis utilizada pelos sites noticiosos. Elas permitem uma grande personalização do tipo de notícia que é enviado para um determinado usuário, o que, por conseqüência, possibilita o conhecimento do perfil da audiência. Isso acontece graças à maneira como as informações encontram-se estruturadas. Analisemos o caso do “Alerta de Notícias” do portal *Estadão*. Assim como num site convencional ou num jornal impresso, as notícias encontram-se divididas em editorias. No caso das mensagens SMS, ainda existe outra divisão em sub-editorias. O usuário que deseja receber as notícias através do celular deve assinar uma ou mais sub-editorias.

Para cada uma dessas seções, o jornal estipula um número máximo e não alterável de envios diários, como por exemplo: são enviadas diariamente seis mensagens para os assinantes da sub-editoria Futebol, três para os de Política e duas para os que preferem ficar atualizados a respeito das Celebidades.

O cadastro pode ser feito através do Portal *Estadão* ou pelo próprio celular, enviando o código do canal por SMS para um determinado número. Podem assinar o serviço tanto celulares pós-pagos como pré-pagos. A cobrança é feita a partir de cada mensagem enviada e o dinheiro gerado fica dividido entre operadora e veículo, num percentual acordado entre as partes. A imagem a seguir mostra a estrutura de editorias e subeditorias do *Estadão*:

Receba as notícias mais importantes do seu dia no seu celular

É muito fácil assinar o Alerta de Notícias do Estadão. Com ele, você fica sabendo as principais notícias do dia, na tela do seu celular.

EDITORIA	SUB-EDITORIA	PELO CELULAR
Última Hora		ULT
Nacional	Política	POL
Internacional	Internacional	INT
Cidades	Loterias	Selecione a Loteria
	Tempo	Escolha sua Cidade
	Cidades	CID
	Última Hora - SP	SP
Esportes	Gol ao Vivo	Escolha seu Time
	Times de Futebol	Selecione seu Time
	Fórmula 1	F1
	Futebol	FUT
	Tênis	TEN
	Outros Esportes	ESP
Arte e Lazer	Horóscopo	Selecione seu Signo
	Celebridades	CEL
	TV	TV
Economia	Investimentos	Selecione
	Notícias	ECO
Tecnologia	Informática	INFO
Vida &	Saúde	SAU
Suplementos	Turismo	TUR

Imagem 03: Editorias do Portal *Estadão* que podem ser assinadas via SMS.

3.3.3. Bluetooth

A tecnologia Bluetooth é um padrão de transmissão sem fio de rádio frequência que permite a comunicação e a troca de arquivos entre diversos equipamentos como computadores, celulares, impressoras, scanners, etc. A tecnologia Bluetooth permite apenas conexões de baixo alcance, variando num raio de 10 a 100 metros a depender do tipo de equipamento que é utilizado para propagar o sinal. A princípio a tecnologia foi desenvolvida pela empresa Sony Ericsson³⁰ como alternativa para substituir o uso de fios na intercomunicação de seus equipamentos. Mas numa segunda etapa de desenvolvimento, outras fabricantes dentre elas a Nokia, Toshiba, Motorola e Microsoft se uniram para

³⁰ Nessa época (1994), a empresa ainda se chama apenas Ericsson.

desenvolver um padrão para a tecnologia, permitindo assim a comunicação entre aparelhos de marcas e modelos diferentes e evitando problemas de compatibilidade.

O recurso, por sua vez, tem sido bastante utilizado para campanhas de marketing, onde ganhou outras denominações como “Marketing de Aproximação” ou “Bluetooth Marketing”. Nesses casos, seu uso se dá principalmente para se fazer a comunicação ou distribuir brindes em eventos como feiras, seminários, partidas de futebol, etc. No varejo, a ferramenta tem sido utilizada para a distribuição de cupons de desconto. No jornalismo, alguns autores utilizam o termo “Bluetooth News” (MEDEIROS, 2008) para se referir ao uso da tecnologia na transmissão de notícias.

O sistema de envio de informações via conexão Bluetooth foi utilizado pelo jornal *A Tarde* durante o Carnaval de Salvador de 2009. Através de uma infra-estrutura relativamente simples e composta, basicamente, por uma antena de prolongamento de sinal, um computador com adaptador Bluetooth e um *software* gerenciador de arquivos, pôde-se, a partir do praticável³¹ do jornal, localizado no circuito Barra-Ondina, enviar conteúdo para o público que passava próximo ao local.

O *software* gerenciador de arquivos tem a missão de varrer toda a área próxima e identificar os aparelhos que estejam com o recurso da conexão Bluetooth ativado. Após a identificação dos equipamentos, o *software* envia uma solicitação perguntando se o usuário aceita receber determinado conteúdo que pode ser um vídeo, uma imagem, um arquivo de texto, etc. Um dos pontos positivos do uso dessa tecnologia é o fato do *software*³² ser capaz de gerar um relatório informando quantas pessoas aceitaram receber o conteúdo e quantas rejeitaram a solicitação.

Apesar das mensagens enviadas não terem sido necessariamente notícias sobre o carnaval, mas sim informações institucionais sobre a cobertura que era feita pelo jornal, a

³¹ Praticável é o nome que se dá ao local onde os veículos de comunicação entre rádios, jornais, emissoras de TV e portais de internet, se instalam para realizar a cobertura e transmissão de um evento. É uma espécie de “camarote de trabalho”.

³² Existe uma variedade de softwares disponíveis para realizar este tipo de tarefa que podem ser facilmente baixados da internet. Entre eles, há programas gratuitos e pagos para diferentes sistemas operacionais. As funcionalidades de cada um desses aplicativos podem variar de um para o outro.

iniciativa serviu para demonstrar o potencial da ferramenta em distribuir informações principalmente em eventos ou locais específicos. Outros dois fatores chamam a atenção na tecnologia. Um diz respeito ao fato de que as mensagens são trocadas de forma gratuita, ou seja, não se paga nem para enviar, muito menos para receber os dados. Além disso, praticamente todos os celulares vendidos atualmente ou mesmo os que já se encontrem no mercado possuem suporte a conexão Bluetooth.

Segundo Marcelo Medeiros, pesquisador de conexão Bluetooth, a distribuição de conteúdo jornalístico via conexão Bluetooth tende a gerar uma reação por parte do usuário que vai do recebimento da informação. O recurso despertaria o interesse de possíveis leitores. “É possível também que este usuário seja levado a adquirir, se necessário, o jornal impresso, acessar o portal, sintonizar a rádio caso queira saber mais sobre aquela notícia ou informação enviada”. (MEDEIROS, 2008)

3.3.4. QR CODE

O QR CODE tem sido utilizado para dois fins, em especial. O primeiro para promover a integração de mídias, o chamado *cross media*, servindo como ponte entre publicações impressas e digitais, tentando envolver a audiência entre essas duas plataformas; e o segundo como forma de oferecer aos leitores um conteúdo adicional além do que já é entregue na mídia impressa.

O jornal *A Tarde* foi o primeiro jornal do país a incluir o código bi-dimensional nas páginas do seu jornal impresso. O primeiro QR CODE do periódico baiano apareceu no dia 10 de dezembro de 2008, justamente como uma maneira de distribuir um conteúdo adicional, uma espécie de “leia mais” da notícia como textos, vídeos, fotos, etc. Isso pode ser visto como uma forma de incluir conteúdo multimídia em páginas impressas, algo que seria impossível sem essa tecnologia. Por outro lado foi uma forma que o jornal encontrou para divulgar o “MOBI”, o canal mobile do grupo lançado em janeiro deste ano. É notável que o jornal impresso permite ao leitor uma mobilidade física, no entanto, o uso do QR CODE potencializa essa característica ao permitir uma mobilidade informacional expandida.

Abaixo temos um exemplo de QR CODE impresso na capa de um dos cadernos do jornal.



Imagem 04: Capa do caderno Digital do jornal *A Tarde* mostra um exemplo de QR CODE

O código é lido pela câmera fotográfica dos aparelhos celulares e em seguida, o usuário é redirecionado para uma página na web ou recebe a sugestão de fazer o download de algum arquivo. Para que o celular consiga fazer a leitura do código é necessário instalar um *software*³³ específico que varia de acordo com cada modelo de aparelho. É necessário também que o celular tenha algum tipo conexão com a internet.

Em junho de 2009, o jornal *Correio Brasiliense* anunciou o lançamento de seu mais novo projeto gráfico que veio juntamente com a criação do site mobile do grupo³⁴. As novidades apresentadas pelo jornal de Brasília incluem também o uso do QR CODE nas suas páginas do periódico. Segundo reportagem³⁵ do dia 21 de junho de 2009, “o Correio inova e traz o QR CODE para o leitor de Brasília.” Para facilitar a instalação do *software* leitor do

³³ No site <http://www.reader.kaywa.com/> é possível baixar leitores de QR CODE para vários modelos de celular. O site permite ainda que qualquer pessoa possa criar um código bi-dimensional.

³⁴ <http://m.correiobrasiliense.com.br>

³⁵ Reportagem disponível em:
<http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/182/2009/06/21/tecnologia,i=120440/SITE+DO+CORREIO+BRAZILIENSE+GANHA+VERSAO+GRATUITA+PARA+CELULARES.shtml>

código, o jornal pede para que o interessado envie uma mensagem SMS para, então, receber o link para baixar o decodificador apropriado para o tipo de aparelho.

Como já informamos neste trabalho, o QRCODE foi criado em 1994 pela empresa japonesa Denso-Wave, com o objetivo de ser a evolução dos códigos de barras tradicionais e auxiliar no trabalho de logísticas de empresas que lidam com grandes estoques. Após alguns anos esquecido, ele voltou a ser utilizado, mas dessa vez como recurso para celulares e smartphones. O QRCODE é de fácil leitura podendo ser incorporado para além das páginas impressas de um jornal. Sites e até mesmo a televisão já fazem uso da tecnologia. Como exemplo, temos o programa “Urbano” do canal por assinatura Multishow. No dia 12 de março de 2009, eles exibiram durante o programa a imagem de um QRCODE que quando clicado fazia o download de um papel de parede para celular.

No Brasil, o uso da tecnologia, entre projetos artísticos e comerciais, vem se popularizando aos poucos e ainda traz consigo o aspecto da estranheza o que acaba despertando a curiosidade de quem vê. No Japão e nos Estados Unidos, no entanto, o recurso é utilizando de forma natural em museus, metrô, cinemas, etc.

3.3. Novas tecnologias de produção

Como já exposto anteriormente neste trabalho, as tecnologias móveis digitais tem inaugurado novas formas de interação entre jornalistas e espaço urbano a partir da inclusão de novas ferramentas no trabalho destes profissionais, entre as quais se destacam os celulares, *smartphones* e *netbooks*, que têm reconfigurado a própria rotina produtiva dos meios de comunicação de massa, com mudanças significativas de espacialização, instantaneidade e um possível fim da idéia de deadline (ou de uma passagem para o deadline permanente) (SILVA, 2009).

Em 2007, a agência de notícias francesa Reuters, numa associação inédita com a Nokia, uma das maiores fabricante de celulares do mundo, ajudou a projetar o que seria um kit especial totalmente adaptado com ferramentas apropriadas para que o repórter pudesse editar e publicar textos, sons, imagens e vídeo a partir do celular. Esse projeto culminou no

lançamento do Nokia N95 que, atualmente, é comercializado nas lojas como um celular comum.

No Brasil, o carnaval tem funcionado como um espaço para experimentações de *live stream* a partir de dispositivos móveis digitais. No carnaval de 2009, em Salvador, o Jornal *A Tarde* realizou quase 23 horas de transmissão ao vivo via celular durante os 6 dias de festa na cidade. Neste caso, também foi utilizada uma plataforma própria de transmissão o que possibilitou que os vídeos pudessem ser assistidos por quem estava em casa a partir do portal do grupo ou até mesmo através de outro celular em qualquer parte do mundo. Mas a iniciativa do grupo baiano não foi pioneira. No ano passado, o Jornal do Comércio do Recife já havia realizado experiências desse tipo durante o carnaval pernambucano. As transmissões eram feitas utilizando o celular N95 da Nokia e podiam ser acompanhadas através de um Blog³⁶ criado especialmente para o carnaval.

No entanto, a emissora Bandeirantes de televisão é a responsável por um dos projetos mais notórios do uso das tecnologias móveis digitais na produção jornalística. Em 2008, foram iniciados os primeiros testes do canal com a utilização de aparelhos celulares para transmissão ao vivo de imagens direto das ruas de São Paulo, o projeto foi batizado de “Band Repórter Celular”. Já em 2009, o que era experimental tornou-se um quadro fixo do “*Primeiro Jornal*”, noticiário nacional que vai ao ar de segunda a sexta, às 7h da manhã, e tem apresentação e edição executiva do jornalista Fernando Vieira de Mello.

A tecnologia utilizada para a transmissão das imagens em tempo real foi desenvolvida especialmente para este projeto da emissora. A responsabilidade de filmar e passar as demais informações via celular fica a cargo do repórter Pedro Mota. O principal objetivo da emissora é aumentar o número de flagrantes, sobretudo, os mais corriqueiros da rotina de uma grande cidade como assaltos, acidentes de trânsito e manifestações, já que o dispositivo permite uma maior mobilidade, portabilidade e discrição em comparação à estrutura necessária para se fazer uma transmissão desse tipo utilizando os recursos tradicionais de televisão que entre outras coisas envolve câmeras, cabos, caminhão e links via satélite.

³⁶ O blog: <http://ic3.uol.com.br/blogs/blogcarnaval2008/> ainda está em funcionamento, mas o canal “Em Tempo Real” de onde se podia assistir as transmissões já foi retirado do ar.

Até mesmo o número de pessoas envolvidas para se conduzir a transmissão sofre uma redução considerável com o uso da tecnologia móvel digital. Se no cenário tradicional podemos pensar numa equipe formada por repórter e cinegrafista, além do pessoal da “técnica”- como se diz no jargão jornalístico -, responsável por operar o caminhão, essa estrutura passa a se resumir à figura de apenas³⁷ um repórter munido de um celular com conexão de banda larga. Na visão de Silva, “o repórter necessita de ferramentas que facilitem o seu deslocamento urbano de forma rápida e prática durante o desenvolvimento de suas atividades de apuração, reportagem, edição e publicação” (SILVA, 2009).

A seguir temos uma imagem capturada de uma entrada do “Band Repórter Celular” no *Primeiro Jornal*.



Imagem 05: Vídeo com flagrante de acidente em SP foi mostrado no *Primeiro Jornal*, da Band.

³⁷ Pode-se acrescentar ainda, neste exemplo, a presença de um motorista, o qual seria comum aos dois casos.

O sistema da Band, como já havíamos mencionado, foi desenvolvido com exclusividade para o projeto do *Primeiro Jornal*, mas existem outras soluções para quem deseja realizar transmissões em tempo real a partir de um celular. Algumas dessas soluções são gratuitas, onde se destacam o uso do *Seero*³⁸ e do *Qik*³⁹. Ambos os sistemas funcionam como plataformas para transmissão *live stream*, ou seja, qualquer pessoa pode transmitir ao vivo pela internet um acontecimento ou situação que deseje compartilhar. Para executar o sistema, o usuário precisa se cadastrar nos respectivos sites, instalar o *software* no celular e de preferência possuir um aparelho com conexão banda larga com a internet, no caso dos celulares, o mais recomendável é estes possuam internet 3G. Tanto *Seero* quanto o *Qik* podem ser incorporado a Blogs e permitem ainda a identificação geográfica de quem está fazendo a transmissão, acompanhamento que pode ser feito através do Google Maps.

Mesmo quando não há *live stream*, pessoas estão utilizando o celular para produzir vídeos e fotos, geralmente de flagrantes urbanos que, posteriormente, ganham espaço nos meios de massa convencionais. Alguns veículos já criaram canais oficiais para absorver estes conteúdo, como os já citados “FotoRepórter”, do portal *Estadão* e o “EuRepórter” de *O Globo*.

Mas, ocasionalmente, vídeos e fotos produzidos por usuários aparecem como principal referência de uma reportagem. No telejornalismo baiano, por exemplo, os jornais locais tem se valido desses recursos numa tentativa de aproximar-se do público e da notícia factual. O jornal noturno *Bahia Record*⁴⁰, da TV Itapoan, filiada da Rede Record de Televisão é um bom exemplo disso. O Jornal classifica sua linha editorial como “*Hard News*” por privilegiar as notícias factuais, ou seja, os acontecimentos “do dia”. O perfil do jornal é, na verdade, um reflexo do perfil da emissora onde se destacam as editorias de polícia e cidades, além do retrato do drama familiar e humano. Por conta disso, existe na emissora, a política de se comprar imagens feitas por telespectadores que possam ser usadas com exclusividade como suporte de reportagens do dia. Programas popularescos como o “Balanço Geral”, da TV Itapoan, o “Na Mira” da TV Aratu e o “Bahia Urgente” da Band Bahia também utilizam de

³⁸ <http://www.seero.com>

³⁹ <http://www.qik.com>

⁴⁰ O Jornal vai ao ar de segunda a sábado a partir das 19h25min pela Rede Record, canal 5.

forma considerável imagens de celular que servem de pano de fundo para os comentários de seus respectivos ancoras sendo exibidas várias vezes em seqüência.

4. CASOS ILUSTRATIVOS

4.1. O Jornal *O Estado de São Paulo*

Visitamos a redação do jornal “*O Estado de São Paulo*” no dia 17 de Abril de 2009 e fomos recebidos pelo jornalista Pablo Pereira, então, sub-coordenador de conteúdo do portal Estadão. Na ocasião, foi realizada uma entrevista com o jornalista tendo como objetivo recolher informações que nos fizessem compreender como funciona o processo de produção e seleção de notícias do portal e das plataformas móveis do grupo. Pablo Pereira nos apresentou também a estrutura operacional que o veículo dispõe para os projetos digitais e nos contou sobre as características profissionais da equipe envolvida neste processo.

O grupo “Estado” possui um dos principais portais de conteúdo do país. Criado em março do ano 2000, o *estadao.com.br*, nasceu para ser o braço digital do mais antigo, entre os que ainda estão circulação⁴¹, dos jornais da cidade de São Paulo. O portal surgiu da fusão dos sites experimentais da Agência Estado, do Jornal da *Tarde* e do próprio site do *O Estado de São Paulo*, ambos os projetos de empresas pertencentes ao grupo. Em 2003, o portal superou a marca de um milhão de visitantes mensais, sendo considerado o principal site de em consultas em tempo real entre os veículos de comunicação do país. Após a consolidação do portal, o grupo decidiu entrar na era da mobilidade e lançou as versões WAP (para celulares de telas pequenas) e Mobile (para celulares com visores maiores e conexão 3G). Atualmente, o jornal mantém uma redação com cerca de 500 jornalistas que se revezam em três turnos de forma a manter o jornal funcionando 24h por dia.

Apesar do grande número de profissionais que trabalham no grupo, a plataforma MOBILE não conta com nenhuma equipe própria de produção, todo o conteúdo vem do próprio portal *Estadão*, sem passar por qualquer edição de formato ou linguagem. O portal, por sua vez, é formado por 22 colaboradores, entre pessoas do impresso que migraram para o jornalismo on-line e profissionais que já foram contratados com este propósito, que se

⁴¹ Em 4 de janeiro de 1875, ainda durante o Império, circulava pela primeira vez “A Província de S. Paulo” - seu nome original. As informações são do próprio portal *Estadão*. Disponível no link: <http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>

dividem em equipes de Editores, Embaixadores Multimídia, Arte e TV *Estadão*. Abaixo, descrevemos essa estrutura:

a) Editores

Dividem-se entre editores de abertura e de fechamento, sendo, assim, os responsáveis em fazer o acompanhamento da produção diária de todo o portal. São os editores que definem também o que fica e o que sai da *home* (página inicial) do portal.

b) Embaixadores:

São os responsáveis em coletar a produção diária de cada editoria, atuando como um primeiro filtro (*gatekeeper*) para determinar o que pode ou não ser aproveitado pela plataforma digital desde pequenas notas, passando por notícias ou até mesmo especiais multimídia. Todas as editorias do jornal possuem um embaixador próprio. Eles convivem diariamente com os demais jornalistas da editoria, dividindo, inclusive, a mesma mesa de trabalho, contudo, produzem conteúdo exclusivamente para o portal. O embaixador é o profissional que faz a integração das plataformas, é aquele que vê a notícia chegar à editoria e já pensa como ela pode se desenvolver e ampliada utilizando todo o potencial da web. É um dos principais responsáveis em propor canais especiais, animações, documentário, infográficos, etc. Por fazer esse intercâmbio entre impresso e digital, passou a chamado, numa denominação interna do jornal, de embaixador.

c) Multimídia

A equipe multimídia é a responsável pelo conteúdo da notícia que vai além do texto escrito. É composta essencialmente por jornalistas responsáveis pela pesquisa e produção de infográficos, animações, galeria de fotos, memória, etc.

d) Arte

A equipe de arte é formada por webdesigners e programadores visuais. Auxiliam no suporte técnico a equipe de jornalismo na preparação do conteúdo multimídia.

e) TV *Estadão*

Ainda dentro da estrutura do Portal fica a TV *Estadão*, criada em 2007. Funciona como uma página de vídeos, mas com conteúdo próprio entre reportagens, documentários e programas de entrevistas. É a única equipe do Portal que de fato vai às ruas, todas as outras recebem as notícias já dentro da redação.

Como o portal não tem equipes na rua (exceto quando há demanda por conta da TV *Estadão*), as notícias têm duas formas principais de chegar ao conhecimento da redação. A primeira é através dos repórteres do jornal impresso que já estando na rua, enviam *flashes* de factuais ou das coberturas que estejam realizando (“o investimento do dia”) por meio do serviço de voz dos celulares para suas editorias, onde podem conseqüentemente serem coletadas pelos respectivos embaixadores transformando, posteriormente, em conteúdo para a plataforma digital. A outra possibilidade é através da “Central de Notícias” que nada mais é do que o tradicional setor de ronda dos veículos de comunicação.

A Central de Notícias é a responsável em “varrer” a todo instante os acontecimentos da cidade como ocorrências em delegacias, julgamentos e decisões de tribunais, entradas e altas em hospitais, acidentes e fluxo do trânsito, etc. É uma forma de pautar de imediato o Portal. Para realizar esse trabalho são utilizados basicamente o telefone e a internet, já a informação é checada com fontes oficiais, assessorias e fontes particulares ou independentes. A produção da Central de Notícias abastece não só o portal *Estadão*, mas também o jornal *O Estado de São Paulo*, o *Jornal da Tarde*⁴² e a Agência Estado.

Além dos sites MOBILE e WAP, outra forma de acessar as notícias produzidas pelo grupo Estado através do celular é por meio de mensagens SMS, como já citamos neste trabalho. Porém, apesar do grande número de profissionais e conteúdo produzido diariamente, o que chama a atenção é que o Grupo ainda não tenha destinado uma equipe específica para cuidar da produção de conteúdo para celulares.

Em março deste ano, a empresa anunciou o lançamento de um aplicativo para o iPhone. Mais uma vez trata-se de uma transposição. Um programa de computador desenvolvido

⁴² O *Jornal da Tarde* é uma publicação impressa pertencente ao grupo Estado que tem como foco a cobertura jornalística da cidade de São Paulo.

especialmente para esta tarefa é que permite a visualização de todo o conteúdo do portal no dispositivo criado pela da Apple, reproduzindo notícias, fotos, vídeos e publicidade.

A seguir temos a imagem do portal *Estadão* acessado através de um iPhone.



Imagem 06: Aplicativo do *Estadão* para iPhone.

A empresa, no entanto, está atenta na emergência dos projetos envolvendo localização. Foi por isso que lançou recentemente o blog “Trânsito em SP⁴³”. O objetivo do projeto é informar aos motoristas que estiverem no trânsito da Capital paulista ou se preparando para enfrentá-lo sob as condições do tráfego, pontos de congestionamento e lentidão, além da informação do fluxo de pessoas e veículos em todos os sistemas de transporte como estações de metrô e rodoviária.

As informações são atualizadas por três profissionais que atuam exclusivamente para o blog e são obtidas junto a fontes particulares espalhadas por diversos pontos da cidade e a

⁴³ <http://blog.estadao.com.br/blog/transito/>

partir também das câmeras da CET⁴⁴. O blog permite ainda que o trânsito, com a cor verde indicado as áreas livres e a cor vermelha indicando os trechos congestionados, possa ser visualizado num mapa. Temos, a seguir, uma imagem capturada da tela do Blog:



Imagem 07: Capa do Blog “Trânsito em SP” do grupo Estado.

Segundo o editor-executivo do Portal *Estadão*, Pablo Pereira, a idéia original era colocar repórteres atualizando o blog diretamente da rua, utilizando, para isso, aparelhos celulares N95 da Nokia com conexão 3G. O projeto já esta estruturado, no entanto, as incertezas surgidas com a crise econômica mundial fizeram o grupo adiar a implantação.

O projeto do *Estadão* é uma espécie de Moblog, junção das palavras móvel e Blog, e definido por Silva como “blogs atualizados por meio do uso de tecnologias móveis digitais como celulares e smartphones de qualquer lugar e em interface com o espaço urbano.” (SILVA, 2009)

Atualmente, o modelo de atualização de informações diretamente do local dos acontecimentos é posto em prática, no grupo *Estadão*, apenas nas coberturas de jogos de futebol ou outros grandes eventos quando os fotógrafos tratam as fotos recém tiradas num notebook e enviam para redação pela internet, já prontas para serem inseridas no portal.

⁴⁴ Empresa de engenharia de trânsito local.

4.2. O Jornal *A Tarde*

Estivemos na redação do Jornal *A Tarde* no dia 23 de março de 2009. Quem nos recebeu foi a coordenadora responsável pelo até então recém criado canal MOBI, a jornalista Iloma Sales. Em entrevista concedida especialmente para este trabalho, a jornalista nos falou dos objetivos do grupo ao criar o novo canal móvel e da iniciativa de disponibilizar uma equipe própria de produção.

O Jornal *A Tarde* foi criado em 15 de outubro de 1912 e é o impresso de maior circulação do Estado. Aos poucos, o grupo foi criando novas empresas e tornou-se um dos maiores conglomerados de comunicação do norte-nordeste formado, entre outras, pelo Jornal *A Tarde*, Rádio *A Tarde* FM e Agência *A Tarde*. Em 1996, foi lançado o portal *A Tarde* on-line⁴⁵ como forma de oferecer serviços e notícias para seus leitores também na internet.

Em 15 de janeiro deste ano, o grupo anunciou a criação do “MOBI⁴⁶”, canal mobile desenvolvido especialmente para quem deseja acessar as informações do jornal através de dispositivos móveis digitais. O grande diferencial deste projeto em relação aos de outros jornais do país, no entanto, é justamente que o *A Tarde* entendeu a necessidade de disponibilizar uma equipe própria para cuidar do conteúdo do novo canal. Enquanto outros jornais, a exemplo do *Estadão*, que mostramos aqui, fazem uma transposição do seu conteúdo digital para a plataforma mobile, o jornal *A Tarde* destinou uma equipe de três jornalistas para comandar o projeto.

A equipe é composta por uma Editora e dois redatores. Nenhum deles sai às ruas e todo o conteúdo do canal é oriundo dos outros veículos do grupo como o jornal impresso, o portal de notícias e a rádio FM. Os dois redatores revezam-se em dois turno de trabalho (manhã e tarde), já a editora trabalha parte de cada turno e é a responsável por manter a sintonia da equipe. O trabalho consiste, basicamente, em adaptar as notícias para a nova plataforma de maneira a criar a melhor experiência possível para o usuário. No fim de semana, jornalistas de outras editorias, incluindo impresso e on-line, se revezam em plantões para manter o MOBI

⁴⁵ <http://www.atarde.com.br>

⁴⁶ <http://m.atarde.com.br>

funcionando. É uma forma também que o jornal encontrou para difundir e familiarizar seus profissionais com a nova plataforma.

O trabalho realizado pela equipe do MOBI, até então, pode ser considerado muito mais de edição do que de reportagem. Por conta disso, mesmo passando por uma verdadeira remodelagem, as matérias podem continuar sendo assinadas pelos jornalistas que as escreveram originalmente, tanto para o impresso como para o on-line⁴⁷. Abaixo tem uma imagem do canal MOBI:



Imagem 08: Exemplo de navegação do canal MOBI no celular.

As reportagens que aparecem no MOBI já passaram por uma adaptação de formato, sendo que este foi definido pela própria equipe. Com isso, os títulos passam a ter até 33 caracteres, o texto até 660 e as imagens têm a resolução padrão de 214 X 100. Apenas quando a Edição entende que uma reportagem não pode ser completada seguindo esse limite de caracteres é aberta uma exceção.

⁴⁷ Não existe um critério bem definido sobre esse assunto. A decisão de assinar ou não as matérias pode variar de caso a caso.

Para definir quais editorias do on-line seriam mantidas na versão MOBILE, o departamento de marketing do grupo *A Tarde* encomendou a uma agência de pesquisa um levantamento para saber o que a população de Salvador deseja ver no celular. O resultado dessa pesquisa é a divisão atual de editorias que encontramos no canal: Esportes, Economia, Concursos, Lazer e Cinema. As notícias que não se encaixam em nenhuma dessas seções são reunidas na editoria Boletim.

Existem duas formas de acessar as informações o conteúdo mobile do jornal. Além do Canal MOBI, o leitor pode optar em receber as informações via SMS⁴⁸. O custo é 10 centavos por mensagem e assim como acontece no *Estadão*, cada editoria possui um número próprio e fixo de mensagens que devem ser enviadas diariamente. As editorias mais assinadas são Esportes⁴⁹ e Loterias, que traz o resultado de cada concurso da Caixa Econômica Federal⁵⁰.

Já no caso do canal MOBI, a editoria de esportes é a mais acessada. Nos dias de jogos da dupla Bahia e Vitória, quando é feita a cobertura minuto a minuto dos lances da partida e nos dias seguintes à partida, o canal registra os maiores índices de acesso. Nos dias normais, o maior fluxo de acesso fica concentrado nos momentos de pico no trânsito na cidade, ou seja, às 8h e às 18 horas. Na opinião de Iloma Sales, editora responsável pelo canal, isso acontece porque as pessoas consultam o canal antes de sair ou voltar para casa, como forma de saber os pontos de maior congestionamento de veículos.

O MOBI não trabalha com conceito de tempo real, as notícias são atualizadas com frequência diária, mas não existe dentro da empresa a política de usar o canal como forma de se dar “furos” ou notícias em primeira mão. Muito pelo contrário, o serviço de envio SMS tem prioridade de publicação nas notícias mais urgentes. Parece paradoxal tal postura já que as próprias ferramentas digitais potencializam e instauram a instantaneidade como valor no consumo da informação (SILVA, 2008d). No entanto, essa política reflete a posição da empresa que trata o canal como um “algo a mais” e apenas complementar ao veículo principal, no caso o jornal impresso.

⁴⁸ O cadastro pode ser realizado tanto

⁴⁹ A editoria de esportes, no caso das mensagens SMS, se dividem em “EsporteBahia” e “EsporteVitória”)

⁵⁰ Cada jogo, como mega-sena, quinta, etc. deve ser assinado individualmente.

A equipe do MOBI participa da reunião de pauta do jornal e fica encarregada de propor recursos que possam viabilizar a integração das plataformas através da inserção de QR CODE nas matérias impressas levando para algum conteúdo digital.

No mês de junho, o Jornal *A Tarde* apresentou a versão do MOBI adaptada para o iPhone:



Imagem 09: Versão do canal MOBI para o iPhone.

O diferencial do aplicativo é o aumento do conteúdo multimídia como vídeos, galeria de fotos, áudios, inclusive, do Minuto *A Tarde* que faz parte da Rádio *A Tarde* FM. A idéia é justamente explorar ao máximo as potencialidades do iPhone. A versão também conta com um layout próprio.

Para facilitar a familiarização do público com a nova plataforma, o *A Tarde* colocou em seu Portal⁵¹ um simulador de navegação. A partir do site é possível testar a usabilidade e os recursos do canal nos dispositivos móveis digitais.

⁵¹ <http://www.mobiatarde.com.br/site/navegue/index.html>

5. CONCLUSÃO

A mobilidade possibilitada pelos meios móveis digitais tem reconfigurado a relação entre indivíduos e espaço urbano. A cidade contemporânea torna-se, cada vez mais, uma cidade da mobilidade onde as tecnologias móveis passam a fazer parte de suas paisagens (LEMOS, 2004). Essas transformações atingem todas as esferas e segmentos da sociedade contemporânea, entre elas, o campo de produção jornalístico. A mobilidade que nos referimos aqui foi apresentada por Lemos em dois níveis essenciais: física/espacial (transporte) e virtual/informacional (mídia) (LEMOS, 2008). O jornalismo móvel, por sua vez, se enquadra no atual estágio da cultura contemporânea definido por Santaella e também por SILVA de "cultura da mobilidade", sendo esta uma "variação avançada da cibercultura" (SANTAELLA, 2008; SILVA 2008d).

As novas tecnologias aqui definidas como LBS e LBT têm diminuído os constrangimentos do deslocamento no espaço e no tempo ao possibilitar o acesso à informação em mobilidade, mas não apenas isso, as mudanças são ainda mais significativas quando pensamos que além da informação pura e simples se estabelece um canal onde é possível que esse mesmo indivíduo compartilhe informações, interaja, edite, distribua podendo esse conteúdo estar relacionado com sua posição geográfica (PELLANDA, 2006).

A partir do atual cenário das tecnologias móveis digitais e sua crescente inserção na vida social cotidiana, podemos compreender, também, que as transformações provocadas pela emergência desses dispositivos acabaram gerando novas formas de viscosidade social. As pessoas passam a se comunicar e a se informar cada vez mais por meio de dispositivos móveis digitais a exemplo de celulares, smartphones, PDA's, netbooks, notebooks, etc. e por conta disso buscam estar em ambientes que as permitam uma infra-estrutura de controle informacional, mesclando espaço físico e eletrônico, num ambiente de conexão permanente, definido por Lúcia Santaella como "Espaços Intersticiais" (SANTAELLA, 2007) e André Lemos como "Territórios Informacionais" (LEMOS, 2007a).

Se analisarmos o comportamento dos veículos de comunicação tradicionais, tomando como base principalmente os casos ilustrativos que descrevemos neste trabalho, poderemos

verificar que, a princípio, as tecnologias móveis digitais têm formado mais editores e redatores, do ponto de vista quantitativo, do que propriamente repórteres. Isso porque, verificamos que os sites *mobile*, levando-se em conta, mais uma vez, nossos casos ilustrativos, têm herdado (adaptado) o conteúdo dos seus portais noticiosos e adicionando a isso, um ou outro serviço. Essa postura dos jornais tem a ver também com o custo operacional que uma equipe própria de produção acarretaria (BARBOSA, 2007).

Esse processo de transição quase automático do conteúdo da web convencional para a plataforma *mobile* é, por outro lado, algo muito parecido com que aconteceu entre o jornalismo impresso e o jornalismo *on-line* no período do surgimento dos primeiros sites de notícias do país. Nessa época, a internet era vista como um espaço para se colocar as sobras das reportagens, justamente o que deveria ficar de fora, ou seja, os primeiros sites privavam (ou livraram) os leitores do corte do editor. Mas aos poucos, o jornalismo *on-line* foi criando sua própria dinâmica e aperfeiçoando seu formato. Para Corrêa do Carmo, “O surgimento de novos meios de comunicação sempre induziu à utilização de linguagens diferenciadas, formuladas pela necessidade dos canais em ordenar suas práticas rotineiras” (CORRÊA CARMO, 2008). Espera-se que gradativamente o jornalismo móvel também ganhe uma produção independente dentro desses veículos, com equipes na rua e em mobilidade, para que as potencialidades apresentadas por essas tecnologias possam ser verdadeiramente postas em prova.

O uso de material produzido por cidadãos comuns também é um fenômeno que precisa ser observado e analisado, sobretudo, por causa da veiculação desses conteúdos pela mídia tradicional. Se antes os telejornais e os jornais impressos exibiam e publicavam fotos, vídeos e gravações de “cinégrafistas amadores”, como nos habituamos a escutar, agora eles buscam também nas mãos de pessoas comuns, o material para complementar suas reportagens. O que mudou é justamente o acesso a tecnologia e a presença dessa tecnologia no cotidiano das pessoas, mesmo que isso se dê de forma imperceptível, como podemos observar quando pensamos na computação pervasiva e ubíqua, espalhadas pelos lugares e pelos objetos (LEMOS, 2007a).

Câmeras filmadoras e máquinas fotográficas, além de custarem caro, não são o tipo de artefato que se carregue de um lado para o outro, tão pouco se imagina que pessoas fiquem

feito sentinelas em busca de um flagrante qualquer. Por outro lado, os aparelhos celulares pertencem ao dia a dia das pessoas, é uma ferramenta de comunicação, de trabalho. São levados nos bolsos, bolsas, pendurados no pescoço, etc. E por terem se desenvolvido ao ponto de deixar de ser simplesmente um equipamento de voz, passando a acumular funções de vídeo, áudio, foto, armazenamento de arquivos e acesso à internet, tornaram-se personagens principais dessa transformação surgida a partir das tecnologias móveis digitais. Estão ali, sempre à mão, prontos para serem acionados e, então, registrar algum acontecimento. Segundo Pellanda, “as câmaras nos celulares estão se popularizando de modo a ser cada vez mais provável que quando aconteça algum incidente alguém possuir alguma forma de registrá-lo.” (PELLANDA, 2006)

Segundo Palacios, o uso de conteúdos criados pelo cidadão como imagens com valor jornalístico são importantes “tanto no que se refere à criação e consolidação de circuitos alternativos de circulação de informação, quanto no que diz respeito às transformações da mídia tradicional em sua convivência forçada com os novos circuitos”. (PALACIOS, 2007)

O testemunho produzido pelo cidadão tem feito com que os veículos de comunicação tradicionais abram mão da qualidade do que é exibido em nome do registro factual. Por isso, vemos imagens em baixa resolução ganhando as páginas dos jornais impressos e até mesmo de telejornais. Além de se valorizar o testemunho, a exibição dessas imagens por veículos tradicionais é uma forma de se manter o controle sobre a circulação da informação, pratica tão comum no jornalismo, reforçando assim os vínculos de um contrato que envolve uma relação de cima para baixo entre veículos e audiência. Essa hierarquia se vê ameaçada por conta da facilidade cada vez maior de se produzir e informação a partir de dispositivos móveis digitais entre os quais estão o celular, smartphones, PDA's, notebooks, netbook, câmeras e gravadores digitais, etc. e de se distribuir essa mesma informação através das redes sem fio Wi-fi, Wi-Max, Bluetooth e 3G, além de outras ferramentas de envio e compartilhamento como as mensagens de SMS e MMS, e de códigos que podem se transformar, inclusive, em marcações urbanas como o QR CODE.

Por fim, o que observamos em nossa pesquisa é que as tecnologias móveis digitais devem ganhar cada vez mais espaço dentro das redações dos jornais tanto como ferramenta de produção quanto plataforma de distribuição de notícias. Para Silva, “o jornalismo caminha

para o uso intensivo desses dispositivos integrados à produção jornalística” (SILVA, 2009). Porém, existe ainda um receio por parte das empresas que diz respeito muito mais a questões econômicas do que ideológicas na adoção da nova plataforma. Como ainda não se tem um mercado consolidado de anunciantes para a nova plataforma não há grandes investimentos na mesma. Os sites mobile ainda são vistos, portanto, como uma oferta a mais aos leitores no acesso a informação do grupo, funcionando, inclusive, como estratégia de marketing.

Contudo, se em algum momento, o surgimento de tecnologias anteriores como o telégrafo, o telefone e mais tarde a internet, criou certo comodismo nas redações, afastando o jornalista da rua e criando a idéia de jornalista sentado. Ou, ainda, a recessão econômica mundial das últimas décadas que diminui o número de equipes de reportagens. Contudo, o que observamos, agora, é que um dos grandes potenciais das mídias móveis digitais é a possibilidade de, com um custo relativamente baixo, deixar o repórter muito mais tempo na rua. O que, por sua vez, faz o jornalista ficar ainda mais próximo da notícia e das fontes de primeira linha, sem o intermédio de assessores ou demais filtros o que, sem dúvida alguma, contribui bastante para uma melhor qualidade da informação.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD)** - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. (Tese de Doutorado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia. 2007.

CARMO, Fernando Côrrea do. **Jornalismo móvel: um estudo do noticiário produzido para celulares.** (Dissertação de Mestrado). São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2008

DE CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano.** 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico.** Pauta Geral. Salvador/BA. 2002

FERREIRA, Giovandro Marcus. **As Origens Recentes: Os Meios de Comunicação pelo Viés do Paradigma da sociedade de Massa.** in HOHLFELD, A., MARTINO, L. e FRANÇA, V. (orgs.), Teorias da comunicação, Petrópolis/RJ, Editora Vozes, 2001

FIDALGO, Antônio. **A resolução semântica no jornalismo online.** In: BARBOSA, Suzana (org.). Jornalismo digital de terceira geração. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007.

FOUCAULT, Michael. **De Outros Espaços.** In Architecture, Mouvement, Continuité. 1994 <http://www.rizoma.net/interna.php?id=169secao=anarquitectura>

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro/RJ: Edições Graal, 1979

GRADIM, Anabela. **WebJornalismo e a Profissão de Jornalista:** alguns equívocos sobre a dissolução do 4º Poder. In: BARBOSA, Suzana (org.). Jornalismo digital de terceira geração. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007.

LEMOS, André. **Arte e Mídia Locativa no Brasil.** COMPÓS, Belo Horizonte, MG, junho de 2009.

LEMOS, André. **Mídias Locativas e Territórios Informacionais.** In Santaella, L., Arantes, P. (ed), Estéticas Tecnológicas. Novos Modos de Sentir., São Paulo: EDUC., pp. 207-230. 2008

LEMOS, André. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais.** Revista MATRIZES n.1 out. 2007a

LEMOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano:** as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Revista Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v.4, n.10, p.23-40, jul. 2007b

LEMOS, André. **Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura.** COMPÓS, Baurú, SP, junho de 2006.

LEMOS, André; NOVAS, Lorena. **Cibercultura e Tsunamis. Tecnologias de Comunicação Móvel, Blogs e Mobilização Social.** On-line 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/Cibercultura%20e%20Tsunamis.pdf>

LEMOS, André. **Cibercultura e mobilidade:** a era da conexão. Revista eletrônica Razón y palabra. N.41. out./nov. 2004. Disponível em: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/alemos.html> acesso em: 14 mar.

LIPMANN, Walter. **A natureza da notícia.** In: STEINBERG (Org.) Meios de Comunicação de Massa. São Paulo, Cultrix, 1970

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador, Editora Calandra, 2003.

MACHADO, Elias. **La Estructura de la Noticia en las Redes Digitales:** un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. (Tese de Doutorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

MEDEIROS, Macello. **Bluetooth news: sistema de distribuição de conteúdo jornalístico via conexão bluetooth.** In: XXXI INTERCOM (CD-ROM). Natal-RN/Brasil, setembro, 2008

PALACIOS, Marcos; MUNHOZ, Paulo. **Fotografia, blogs e jornalismo na internet:** oposições, apropriações e simbioses. In: BARBOSA, Suzana (org.). Jornalismo digital de terceira geração. Covilhã: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online.** In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (orgs). Modelos do Jornalismo Digital. Salvador: Editora Calandra, 2003

PELLANDA, Eduardo Campos. **Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações.** In: XXXI INTERCOM. 2008. Natal-RN/Brasil, setembro, 2008
Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1727-1.pdf>

PELLANDA, Eduardo Campos. **Weblogs de bolso: análise do impacto da mobilidade.** *Prisma.com.* 2006. Disponível em: http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/12_eduardo_pellanda_prisma.pdf.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Desdobramentos dos “olhares” móveis sobre o terrorismo em Londres:** como as vítimas viraram repórteres. Revista E-Compós, dez. 2005. Disponível. Disponível em <http://www.compos.com.br/e-compos>

SANTAELLA, Lucia. **A Estética Política das Mídias Locativas**. In *Nômadias*, n.. 28. Abril 2008. In: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/iesco/nomadas/28/12-estetica.pdf>

SANTAELLA, Lucia. **Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas**. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n.35, abril 2008

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. 1. AS Técnicas, o Tempo e o Espaço Geográfico. São Paulo, SP: USP, 1996.

SILVA, Fernando Firmino da. **Moblogs e microblogs: jornalismo e mobilidade**. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra (orgs.). *Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação*, 2008a

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo**. In: XXXI INTERCOM (CD-ROM). Natal- RN/Brasil, setembro, 2008b

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo *live streaming*: tempo real, mobilidade e espaço urbano**. In: VI SBPJOR (CD-ROM). São Paulo- SP/Brasil, novembro, 2008c

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo e Tecnologias da Mobilidade. Universidade Federal da Bahia**. 2008d. Disponível em: <http://cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fernando%20Firmino%20da%20Silva.pdf>

SILVA, Fernando Firmino da. **Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream**. In: V SBPJor (CD-ROM). Aracaju-SE/Brasil, 2007

WHITE, David Manning. **O Gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias**. In: TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: Questões, teorias, estórias*. Lisboa, (Portugal), Vega, 1993, pp. 142-151.

TAMBOSI, Orlando. **Tobias Peucer e as origens do jornalismo** – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, 2004. Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/public/docs/108.pdf>