



## O tablet como tela transformadora para o rádio e o jornal

Eduardo Campos Pellanda <sup>1</sup>

**Resumo:** O tablet é um aparelho computacional que está criando novos espaços de consumo e interações midiáticas que não só nos coloca diante de um cenário de conteúdos jornalísticos inéditos como também reconfigura a experiência de meios analógicos como o rádio e o jornal. No momento atual de mudanças significativas de todo o ecossistema midiático (MANOVICH, 2002), por fatores como a digitalização e a ubiquidade da informação em rede, o rádio e o jornal encontram novos elementos para adaptação por intermédio de diversas linguagens inéditas. O problema de pesquisa apresentado neste texto é a relação da linguagem radiofônica com as múltiplas telas bem como a transformação do meio jornal por este aparelho que simula a experiência do papel no contexto digital. As reflexões resultam de uma investigação aplicada, desenvolvida pelo Ubilab, da Famecos PUCRS, e o Grupo RBS.

**Palavras-chave:** mobilidade; rádio; jornal; internet; ubiquidade

### 1. Introdução

Uma tela conectada ao ciberespaço foi considerada por Levy (1994) como uma janela para a interação em rede. A tela inicial do começo da década de 90 era um PC que o dispositivo remoto (cliente) para o acesso nas residências, escritórios e universidades. O PC era fixo por diversos fios e normalmente isolado fisicamente dos outros pontos de consumo de mídia em uma casa convencional. A origem disto era o próprio motivo para a existência do PC no final da década de 70, as aplicações de organização financeira doméstica e criação de textos eram as “Killer Apps” para as pessoas compra-

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e professor do programa de Pós-Graduação Famecos/PUCRS, Porto Alegre Brasil, Pós-Doutor pelo MIT/EUA. Coordenador do Ubilab. E-mail: <[eduardo.pellanda@pucrs.br](mailto:eduardo.pellanda@pucrs.br)>.

rem os novos computadores domésticos. O local então selecionado era primordialmente o escritório da casa, longe da sala onde estava a TV ou o rádio. A internet desde o começo se relacionou em uma mistura de apropriação e reformatação dos meios anteriores (MANOVICH, 2002) criando um ecossistema midiático mais complexo. A informação online, principalmente nas redes sociais, é concisa em si própria ou detonada por um evento originado da TV, rádio ou jornal criando uma metalinguagem em uma camada de conversação para estas mídias que não possuíam esta característica. As “janelas” para estas relações ficaram portáteis e conectadas em modo *always-on* (PELLANDA 2005) inaugurando uma fase que a indústria chama de Pós-PC. Estas telas representadas principalmente por smartphones e tablets, proporcionam ubiquidade de conexão tanto nas cidades (MITCHELL, 2003) como nas casas. Entre os diversos impactos desta mobilidade, a relação com as demais mídias é transformada neste contexto. O rádio, por exemplo, que não tinha tela como definição se apropria dos aparatos móveis e recebe informações visuais e online.

Neste contexto, a pergunta que pauta a pesquisa realizada em conjunto pelo Ubilab, da Famecos PUCRS, e o Grupo RBS, nas sua divisão de desenvolvimento móvel no parque tecnológico Tecnopuc, é como o rádio se relaciona com as telas? Como pode um meio que possui a característica embrionária da linguagem audiofônica poder dialogar com um conteúdo visual interativo sem perder, contudo, sua essência?

Em um primeiro momento, houve uma busca por exemplos de diálogos entre o rádio e as telas, particularmente no campo das Apps para smartphones e tablets. Em um segundo momento, foi desenvolvido um estudo que mapeia o uso do rádio com a atenção exigida para a compreensão de seu conteúdo em diversas situações cotidianas. Esta simulação de contexto tem como objetivo entender onde o ouvinte/interagente pode, e em que grau, se relacionar simultaneamente com o conteúdo de áudio e visual. Estas duas etapas compõe a base para o futuro desenho de uma solução de produto que busquem novos caminhos de diálogo do meio rádio com o contexto das telas.

## 2. Mobilidade e ubiquidade

A soma dos fatores de miniaturização de componentes eletrônicos com a expansão das redes *wireless* de vários formatos e abrangências tornou a existência de aparatos de comunicação móvel possível. Estes meios portáteis de computação conectados à rede proporcionam o deslocamento do acesso à internet para qualquer lugar do globo. Esta nova configuração não representa somente uma facilidade de conexão, mas toda uma potencialidade de novos usos bem como a transformação dos existentes. A questão inclui não só o lugar (espaço), mas também a quantidade (tempo) de exposição à conexão na qual indivíduos passam a estar inseridos.

Todo este impulso que a comunicação móvel está recebendo tem reflexo direto nas práticas sociais. A implantação tecnológica é alimentada pelo uso e vice-versa. A aplicação intensa por diferentes camadas da população está alterando hábitos e conceitos sobre o uso do ciberespaço. Os espaços sociais foram se transformando em pontos de tele-presença para pessoas conectadas com aparelhos *wireless*. Sobre o uso do Wi-Fi em lugares públicos, Mitchell (2003, p.157) comenta:

... cafés, bares, lobbies, salas de espera e saguão de aeroportos – que de repente se tornaram muito mais úteis como lugares de trabalho ad hoc e pontos de interação on-line: em vez de ler um jornal, você pode fazer um download do e-mail ou surfar na Web.

A percepção da internet como meio de comunicação sempre esteve ligada ao uso do computador pessoal (PC) conectado. O consumo desta mídia acontece dentro das quatro paredes de um quarto, escritório ou *lan house*. A informação é trocada no ambiente virtual e aplicada no atual (LÉVY, 1996). A percepção é que o processo comunicacional é realizado dentro do monitor do computador e a “existência do virtual” acontece somente neste local.

As cidades e áreas urbanas estão, neste contexto, deslocadas da informação, os átomos estão desconectados dos bits (NEGROPONTE, 1995) criando uma defasagem e ajudando a percepção equivocada que real e virtual são opostos, quando em um olhar

mais aprofundado eles consistem em potências bilatérias (LÉVY, 1996). As cidades possuem guias turísticos, mapas e livros históricos que conectam informações e representações com o espaço físico. Contudo, estas referências não são atualizadas em tempo real e não estão diretamente ligadas com os ambientes urbanos. Quando conectamos lugares físicos com o ciberespaço temos o cruzamento de conceitos e fronteiras:

A Internet nega as geometrias. Ao mesmo tempo em que ela tem uma topologia definida dos nós computacionais e irradia ruas de bits, e ao mesmo tempo a localidades dos nós e links podem ser registrados em mapas para produzir surpreendentes tipos de diagramas de Haussmann, ela é profundamente e fundamentalmente antiespacial. Nada parecida com a Piazza Navona ou a Coperly Square. Você não pode dizer ou falar para um estranho como chegar lá. A Internet é ambiente... (MITCHELL, 2003, p. 8)

Ainda sem prever as questões envolvendo a internet móvel, a afirmação de Mitchell sobre os nós poderem ser mapeados agora parece não mais proceder. Grupos envolvendo comunidades virtuais móveis podem estar dispersos fisicamente e subitamente estar unidos no mesmo espaço físico. As portas para ciberespaço (LÉVY, 1994) parecem estar todas abertas e envolvendo o espaço físico. As conexões físicas entre os indivíduos são feitas na mesma dimensão da conexão virtual, a cibercultura passa para uma nova fase. O virtual se desloca no espaço físico e cria com ele uma relação complexa de cooperação. Esta alimentação acontece de maneira semelhante: como os meios de transportes alteraram as cidades, a cultura das ruas passa a ser a cibercultura também:

O universo cultural, próprio dos seres humanos, estende ainda mais esta variabilidade dos espaços e das temporalidades. Por exemplo, cada novo sistema de comunicação e de transporte modifica o sistema das proximidades práticas, isto é, o espaço pertinente para as comunidades humanas (LÉVY, 1996, p.22).

Lugares de sociabilização e concentração de saberes como bibliotecas e universidades sempre foram vinculados como pontos de referência nas cidades. Uma biblioteca municipal sempre ocupou um endereço físico privilegiado, como também é reconhecida por suas arquiteturas imponentes. No momento em que a internet desterritorializou a informação, bibliotecas virtuais não mais precisam estar contidas em endereços físi-

cos. A rede possibilitou a descentralização da informação contida em lugares onde não era acessível sem que houvesse um deslocamento físico.

Toda a vinculação de lembranças entre fatos e lugares passa a ser alterada em uma mudança profunda na forma de interação social: “Como resultado, estamos experimentando uma mudança radical nos nossos sentidos de local, identidade, tempo, valores, ética, etiqueta e cultura” (MEYROWITZ, 2003, p.97).

Uma das características dos espaços físicos sendo permeados pela rede em um ambiente de mídia *always on* é a completude de um dos anseios humanos, a onipresença. Em típico quadro de vida cotidiana ocidental urbana é a divisão entre espaços de trabalho, entretenimento e residencial. A onipresença se dá pela possibilidade de estar conectado a vários espaços simultaneamente, com um mínimo de deslocamento físico. A barreira entre o espaço público e privado é outra linha que se torna menos nítida neste cenário. Isso ocorre tanto por pessoas que trabalham em casa como pelas que estão em vários pontos da cidade em contato com sua residência. Onde se está fisicamente não é mais o ponto central, e sim qual o tipo de informação precisa-se trocar em um dado instante.

As linguagens como áudio, vídeo, texto ou gráficos ganham diferentes suportes de acordo com a pertinência. De forma líquida (SANTAELLA, 2007) estas informações transitam na rede e são consumidas em diferentes telas. Um filme de longa metragem pode começar a ser visto na TV, depois ser transferido para um tablet e mais tarde para um *smartphone*. O contexto vai dizer quando uma destas telas terá pertinência de uso e como deve ser a passagem deste conteúdo. A metáfora da “nuvem” é usada aqui para mostrar que esta informação está flutuando em um espaço amplo de comunicação que pode ser acessada simultaneamente por diferentes dispositivos.

Esta combinação das diferentes telas, das redes *wireless* e da estrutura de armazenamento na nuvem consistem em uma redundância ubíqua dos meios de comunicação que altera significativamente o contexto de broadcast que McLuhan tinha como referência. Novamente, ao imaginar as “Leis da Mídia” o autor canadense previu que seria difícil continuar com as mesmas metáforas depois da invenção do computador pessoal e as extensões da digitalização da informação resultantes desta evolução. A Aldeia Global ganhou na realidade a essência de sua expressão quando a mensagem ubíqua deixa o

meio rarefeito. Esta dissolução na realidade é uma amplificação simultânea e em todas as direções. Não há mais como analisar um meio, mas “o meio” no momento em que o ar é mídia.

### **3. Rádio e Jornal no contexto da mobilidade**

Se na sociedade pós-industrial há multiplicidade de escolhas e de possibilidades, o rádio amplia suas dimensões em relação às linguagens. Com o contexto do ambiente digital em rede, estabelece uma primeira relação através da transmissão streaming do seu conteúdo na internet. Esta tecnologia foi viabilizada no final da década de 1990 e impactou o meio rádio principalmente na sua abrangência geográfica. Tanto por característica de linguagem como por legislação, o rádio sempre teve um discurso local voltado para uma cidade ou comunidade. As exceções eram os programas como a Voz da América e produções da BBC ou do Vaticano, transmitidos por ondas curtas para rádios como o *Transglobe* que necessitavam de condições climáticas e posições geográficas específicas para a recepção do conteúdo.

Em torno de 10 anos depois do início das rádios online, o outro passo evolutivo da relação com o internet é a possibilidade da presença em aparelhos móveis de acesso à rede como os *smartphones*. Os aplicativos (Apps) começam a proporcionar que rádios online sejam consumidas em diversas situações urbanas. Este fato transporta a mobilidade, que desde a invenção do transistor, é uma característica essencial do meio, para o ambiente em rede. As cidades começam a se transformar (MITCHELL, 2003) por novas ondas eletromagnéticas que agora transportam sinais digitais (NEGROPONTE, 1995) e não mais pulsos analógicos. O rádio online tem ao mesmo tempo conteúdo global e local que dialoga em situações onde cada extremo tem contextos de manifestações específicas.

Em uma outra perspectiva, o cenário presente de plataformas digitais é composto de uma diversidade de telas que abrangem desde pequenas informações de eletrodomésticos até telas gigantes nas cidades, passando também por smartphones, tablets, computadores pessoais e TV. Para Lévy (1996), estas telas representam janelas para o ciberespaço e são as pontes responsáveis para a interação online. Elas são janelas justamente pela

metáfora de um trânsito em duas vias da informação, elas são visíveis dos dois sentidos. Cada dimensão de display representa um tipo de circunstância de uso, onde as menores tendem a ter um acesso mais personalizado ao passo que as maiores possuem um conteúdo compartilhado em simultaneidade por vários interagentes.

Retomando a pergunta que pauta a pesquisa realizada pelo Ubilab Famecos e o Grupo RBS, é como o rádio se relaciona com as telas? Como pode um meio que possui a característica embrionária da linguagem audifônica dialogar com um conteúdo visual interativo sem perder, contudo, sua essência?

No início, a busca por exemplos de diálogos entre o rádio e as telas foi o ponto central, particularmente no campo das Apps para smartphones e tablets. Posteriormente, foi desenvolvido um estudo que mapeia o uso do rádio com a atenção exigida para a compreensão de seu conteúdo em diversas situações cotidianas. Esta simulação de contexto tem como objetivo entender onde o ouvinte/interagente pode, e em que grau, se relacionar simultaneamente com o conteúdo em áudio e imagem. Estas duas etapas compõem a base para o futuro desenho de uma solução de produto que busque novos caminhos de diálogo do meio rádio com o contexto das telas.

Já a relação da mobilidade com os jornais foi entendida em uma outra perspectiva, pois os tablets possuem características físicas similares ao jornal. Isso se traduz em potenciais de portabilidade e de consumo em lugares semelhantes. A Web no desktop não ameaçou tanto o jornal impresso como agora com estas telas, ou janelas, portáteis que estão online e envoltas em um contexto de geo-referenciamento.

O primeiro passo da pesquisa foi entender como os jornais estão trabalhando a transição para os tablets. Foi escolhida a plataforma iPad pela maior abrangência de mercado e selecionado 74 jornais entre nacionais e estrangeiros. Os critérios de escolha foram os rankings da ANJ<sup>2</sup> e WAN<sup>3</sup> com a exceção de jornais orientais, como japoneses ou chineses. A análise foi feita em cima das formas de distribuição bem como o formato que eles se enquadram. Para isto foi desenhada uma estratégia de categorias como mostra o quadro 1.

---

<sup>2</sup> <http://www.anj.org.br>

<sup>3</sup> <http://www.wan-ifra.org>

<i>Classificação dos Jornais</i>	<i>Modo de Entrega</i>
<b>PDF</b>	Web App
<b>PDF interativo</b>	Newstand
<b>Digital Nativa</b>	App Nativa

Quadro. 1

Na classificação do jornal, a categoria PDF significava os jornais que eram meramente reproduzidos da versão impressa, o PDF Interativo já acrescentavam um vídeo ou galeria de fotos e a versão Digital Nativa é produzida inteiramente pensada para o ambiente do tablet. Já nos modos de entrega a categoria Web App era acessível via navegador do tablete a versão Newstand (Fig. 1) corresponde a uma loja específica que o iPad possui no sistema operacional para assinar periódicos e a App Nativa é distribuída e comercializada na loja App Store.



Figura 1 – Fonte: Divulgação Apple

As categorias foram criadas no laboratório para tentar compreender o grau de complexidade e envolvimento que os jornais estão tendo na migração para o iPad. As aplicações foram compradas ou instaladas gratuitamente e observadas por duas semanas.

#### **4. Conclusões preliminares**

Desde o início da Internet, as redações jornalísticas criaram produtos para aproveitar este novo meio rebelde, que desrespeita o tempo e o espaço da informação, na tentativa de reposicionar a função do jornal. Neste novo período, os tablets agregam ao digital o elemento da mobilidade que potencializa a ubiquidade da informação.

Assim, fica claro que este aparelho não é uma nova roupagem do conteúdo web, além de possuir diferentes usos ao longo do dia sintonizados com necessidades também distintas. Mesmo com estas nossas percepções, foi possível registrar que boa parte da indústria da comunicação tenta simplesmente reproduzir informações do papel ou em áudio para o tablet, o que não parece ser o único modo de inovar. Há uma repetição da prática dos anos 90 de adaptação de conteúdo, porém o cenário necessita de inovação real.

O entendimento do cenário da relação rádio e tablet foi um estudo de situações e relações entre a linguagem de áudio e as diversas telas que o circundam, ficou evidente para os pesquisadores que o desenvolvimento de um App para tablets e smartphones seria o produto resultante desta pesquisa. Um aplicativo que não tornasse o envolvimento visual tão profundamente intenso que demandasse do ouvinte atenção exclusiva, pois estaríamos deste modo ultrapassando a fronteira do meio rádio em direção a outra experiência. Esta solução deve possuir uma integração natural em que o conteúdo visual dialogue com o áudio de maneira fluída e complementar. O fato de os indivíduos estarem de forma ubíqua se relacionando com *smartphones* ou tablets demonstra que este ambiente pode complementar as características de mobilidade do rádio em uma nova perspectiva no ambiente digital em rede. No momento da formulação deste texto a solução final proposta pela pesquisa encontra-se em fase de desenvolvimento e também em processo de requerimento de patente. Desta forma o relato se estenderá em futuros artigos

que explicitarão os resultados a partir das evidências e da descrição do produto final. O rádio começa neste contexto uma relação de acoplamento aos novos hábitos de consumo de informação e também aos novos ouvintes que podem navegar em águas mais conhecidas pela sua geração. O cenário de atualização da linguagem radiofônica poder ser, desta forma, um dos mais profundos de sua história.

Já na pesquisa da adaptação dos jornais aos tablets, a evidência foi que em um primeiro momento há uma tentativa de transposição dos conteúdos e formatos existentes para este ambiente digital. A maioria dos casos analisados mostra a intenção clara de sobrevivência dos jornais e não necessariamente a exploração de novas possibilidades. Um exemplo disto é que os periódicos raramente possuíam formas de compartilhamentos em redes sociais e exploravam brevemente para além das fronteiras do texto e da fotografia. Fica evidente que a próxima etapa é a de quebras de padrões do vindos do papel para a melhor adaptação ao novo meio.

A característica da mobilidade sempre este presente no ambiente analógico onde rádio e jornal se desenvolveram. Este momento de união desta característica com as mídias digitais ubíquas causa resultados ainda fragmentados, mas claramente apontando para um horizonte de novas interfaces comunicacionais e um misto de cooperação e superação ente novos e antigos meios. Este relato de pesquisa é apenas o início de um desenvolvimento que objetiva apontar caminhos para estas soluções. O objetivo desde princípio de investigação é o desenho de produtos inovadores que possam provocar novos avanços na evolução midiática.

## Referências

- LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.
- LÉVY, Pierre. **Tecnologias da inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1994.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MCLUHAN, S. **McLuhan por McLuhan**. Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2005.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2002.
- MEYROWITZ, J. **Global nomads in the digital veldt**. In: Nyíri (ed.). **Mobile democracy**. Essays on Society, Self and Politics. Vienna: Passagen Verlag, 2003.
- MITCHELL, W. J. **ME++ The Cyborg Self and the Networked City**. Boston: MIT Press, 2003.
- NEGROPONTE, N. **Vida Digital**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1995.
- PELLANDA, E. C.. **Internet Móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação**. 2005. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo, SP: Paulus, 2007.