

(ORGS)
JOÃO CANAVILHAS
IVAN SATUF

JORNALISMO PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

PRODUÇÃO,
DISTRIBUIÇÃO
E CONSUMO



(ORGS.)
JOÃO CANAVILHAS
IVAN SATUF

JORNALISMO PARA
DISPOSITIVOS MÓVEIS:
PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E CONSUMO



Livros LabCom
Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom
www.livroslabcom.ubi.pt

SÉRIE
Jornalismo

DIREÇÃO
José Ricardo Carvalheiro

DESIGN DE CAPA
Cristina Lopes

PAGINAÇÃO
Cristina Lopes

ISBN
978-989-654-229-0 (papel)
978-989-654-230-6 (pdf)
978-989-654-231-3 (epub)

DEPÓSITO LEGAL
394491/15

TIRAGEM
Print-on-demand

TÍTULO
Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo

ORGANIZADORES
João Canavilhas e Ivan Satuf

ANO
2015



Jornalismo adaptado a novas telas: um estudo da linguagem jornalística nas novas interfaces móveis

Aline F. de Mello / PUCRS¹

André F. Pase / PUCRS

Bruna M. Goss / PUCRS

Daniele R. de Souza / PUCRS

Eduardo C. Pellanda / PUCRS

Francielle F. dos Santos / PUCRS

Karen Sica / PUCRS

Introdução

Os conteúdos jornalísticos veiculados na Internet não só alteraram a percepção de espaço geográfico, mas também a questão temporal, mudando ciclos de publicação. Estas duas mudanças, entre outras, foram disruptivas e provocaram a reinvenção dos processos e modelos de negócio da área. Este movimento segue no ambiente móvel, potencializado pela ubiquidade do meio e, por consequência, dos conteúdos. Aparatos móveis aliados a redes sem fio de várias gerações e dimensões viabilizam um acesso constante, *always-on* (Pellanda, 2005), às diversas linguagens jornalísticas.

O desafio neste momento é entender como adaptar linguagens existentes ao mesmo tempo em que novas possibilidades surgem, sobretudo quando estas últimas utilizam características específicas da mobilidade. A rede é mutante e pode ignorar cartografias fixas e estanques ao passo que também valoriza isso através da informação geolocalizada. O contexto do entorno é cada vez mais crucial à medida que os “*phones*” ficam mais “*smarts*” com a adição de sensores

1) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

e assistentes com inteligência artificial semântica, como *Siri (Apple)* e *Cortana (Windows)*, por exemplo.

Este movimento evolui ainda com o aumento de dispositivos com diferentes telas e sensores que adicionam novos tempos e hábitos de consumo de informação. A evolução natural é que estes aparelhos fiquem cada vez menores e mais pessoais. É possível observar isso com os *smartwatches* ou o *Google Glass*, que marcam uma nova fase dos *wearables*, ou computação para vestir.

Este artigo busca compreender estes formatos, através de pesquisa exploratória de aplicativos e serviços oferecidos no ambiente móvel concatenados com estudos de casos. Assim, classificamos a presença do conteúdo jornalístico nos smartphones em sites adaptados, organização por cards, uso de aplicativos específicos e envio de alertas. Isto resulta do trabalho realizado no ambiente do laboratório Ubilab² durante os anos de 2012 até 2014.

Contexto, elemento-chave da informação no ambiente móvel

Para compreender as possibilidades do jornalismo em dispositivos móveis é preciso observar algumas mudanças provocadas pela digitalização e transmissão online de notícias. Ao passo que ocorre uma recombinação de linguagens e mídias (Jenkins, 2006), também são observados movimentos na esfera empresarial (Salaverría & García-Avilés, 2008).

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desconectados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que se distribuem através de múltiplas

2) <http://ubilab.pucrs.br>

plataformas, de acordo a linguagem própria de cada uma (Salaverría & Negredo, 2008, p. 45).

Outro desafio à comunicação e ao jornalismo, no contexto digital, é a mobilidade. Nas últimas décadas, os avanços tecnológicos permitiram que as notícias chegassem mais rápido a um público muito mais amplo. A democratização do acesso à informação gera uma busca por um meio de linguagem eficaz e um conjunto de temas de interesse público, o que possibilita a falta de especificidade do jornalismo impresso. Por outro lado, há os meios de comunicação que buscam os nichos de mercado e trabalham notícias especializadas, criando assim um outro extremo: a especialização em excesso (Canavilhas, 2012).

O surgimento da Internet e dos dispositivos móveis com acesso a web abre a possibilidade de dar resposta a diferentes segmentos de mercado, independentemente de seus interesses. Para eles, é necessário explorar as características técnicas dos telefones inteligentes e tablets, criando linguagens, formatos e novas possibilidades de liberar o leitor a um consumo de notícias pessoal (Canavilhas, 2012).

O celular evoluiu da simples recepção de chamadas até o aparelho multifuncional, constantemente conectado e com um caráter pessoal e informativo. Desta forma, tornou-se elemento central nos aspectos pessoais e profissionais ao permitir interações em qualquer momento do dia e local. A presença constante de telas proporciona a possibilidade de leitura de notícias em diferentes momentos da vida cotidiana.

Chartier (1998) já apontava que a leitura na tela seria não somente uma revolução no suporte do escrito, como também nas maneiras de ler. O hipertexto muda os fluxos sequenciais da leitura, e possibilita ao leitor embaralhar e entrecruzar os textos inscritos na memória eletrônica. Santaella (2013) dividia inicialmente o leitor em três tipos: contemplativo, que tem uma leitura solitária e silenciosa, manuseando o livro; movente, que transita agilmente por diferentes linguagens; e imersivo, que estabelece a própria ordem de leitura, escaneando a tela, navegando no hipertexto, e se aprofundando no que lhe interessa. Com a apropriação dos dispositivos móveis, a autora percebe a necessidade de adicionar-se aqui um novo tipo de leitor, o leitor ubíquo.

Apesar de herdar a capacidade de transitar entre formas e signos diferentes, uma vez que está corporalmente presente circulando pelos ambientes físicos, também é imersivo. Diante das possibilidades, “ao leve toque do seu dedo no celular”, está no ciberespaço em qualquer lugar com rede de dados disponível. Para Santaella (2013, p. 278) “o que o caracteriza é uma prontidão cognitiva ímpar para orientar-se entre nós e nexos multimídia, sem perder o controle da sua presença e do seu entorno no espaço físico em que está situado”. Segundo a autora, por estar simultaneamente interagindo no mundo físico e no ciberespaço, a sua atenção é continuamente parcial, dividindo-se entre diferentes focos.

Esta particularidade faz com que o leitor execute diversas ações ao mesmo tempo. O cérebro multitarefas, conforme apontam Jenkins et al. (2010), reage multiplamente para dar conta dos constrangimentos que são impostos à memória de curta duração. Santaella (2013, p. 280) afirma que:

Pode-se concluir que dessa capacidade, hoje comum, resulta a acuidade visual para a seleção da informação procurada quando diante de uma tela, que agora se apresenta em reduzidíssimo tamanho e na qual está exposta e em mudança contínua uma enxurrada de distintos tipos de signos: cores, formas, setas, linhas, texto, imagem, diagramas etc.

Observando-se o comportamento deste novo tipo de leitor, que divide sua atenção entre signos do físico e do virtual, é possível perceber que a grande característica do consumo de conteúdo em dispositivos móveis, especialmente nos celulares, é o seu contexto, seja temporal ou espacial. A reflexão sobre estes estados da visualização da informação é chave não apenas para o uso pertinente da plataforma, mas a sua compreensão incrementa chances de sucesso junto ao público.

O smartphone passa a preencher espaços de tempo que, antes da conexão *always-on*, não eram marcados pelo acesso ubíquo à informação. Este hábito herda a característica de ouvir rádio ou ler em períodos como uma viagem ou uma espera, por exemplo. O celular, por sua fácil portabilidade e tamanho reduzido, é utilizado nestes momentos, sobretudo diante de alguma necessidade rápida de descobrir dados ou notícias, conforme apontam Aguado e Martinez

(2008). Esta leitura possui ritmo rápido e apresenta um desafio no que tange à produção e entrega de conteúdo.

Antes da era pós-PC³, o conteúdo na Internet mostrava ser diferente do observado nas outras mídias, sobretudo por vencer tempo e espaço, ao passo que dilatava os limites presentes em jornais impressos, telejornais e noticiosos radiofônicos. A expansão para os dispositivos móveis provoca novas discussões sobre estes limites. Além da capacidade de servidores e largura de banda das conexões, a forma como o conteúdo será observado volta a ser uma preocupação necessária para os produtores de conteúdo, realçado pelos contextos possíveis. Assim, o foco do público é valorizado novamente, ressaltando a formação de uma economia da atenção (Lanham, 2007; Davenport & Beck, 2002).

Pellanda (2005), ao estudar as primeiras adaptações de jornais no celular, antes do conceito de smartphone ser totalmente difundido, já observava uma adaptação na entrega do conteúdo, consequência da tela pequena e de baixa resolução disponível naquele momento. Estes problemas observados em um momento de transição foram aos poucos superados, a partir da difusão dos telefones celulares e de suas tecnologias em desenvolvimento.

A busca por uma linguagem jornalística para dispositivos móveis é reflexo da adaptação de interfaces gráficas que herdaram aspectos da web ao passo em que experimentam as propriedades específicas destes aparelhos. Assim, o usuário observa na tela elementos visuais e familiares enquanto aprende novos usos. Algumas vezes, este processo apresenta falhas, pois não valoriza contextos de tempo e espaço do interagente. Isto é amplificado em um cenário atual onde dispositivos *wearables*, como *Google Glass* ou *smartwatches*, estendem o universo de telas ao nosso redor, trazendo consigo novos tipos de interação com a informação para o usuário.

Em virtude desta gama de possibilidades, é possível constatar uma granulação da forma como a notícia é exibida nestes dispositivos. Aqui ressaltamos que o jornalista necessita compreender a linguagem, a forma como uma informação será exibida e qual a ação do público ao visualizar isso. Não é apenas um caso

3) Termo comercial popularizado por Steve Jobs, ele o mencionou pela 1ª vez na conferência All Things Digital em 2007.

do meio ser a mensagem, como diria McLuhan (1974), mas de uma configuração da notícia com base nas possibilidades do caminho adotado.

Adaptação dos sites e classificação por cards

Se, em um primeiro momento, as páginas da web acessadas através dos dispositivos móveis eram reformatadas para o tamanho da tela do navegador, o uso destes aparelhos provocou novas demandas na apresentação das informações da web. Para compreender esta mudança é preciso combinar detalhes técnicos com aspectos jornalísticos.

A introdução dos navegadores para estes dispositivos permitiu ver um website, porém a formatação apresentava problemas em virtude do tamanho da tela (320 pixels de largura no *Nokia e62* contra os 800 pixels de um monitor comum alguns anos atrás, por exemplo). Uma solução parcial para isso foi apresentada, em 2014, no browser *Opera*. Se no computador tradicional o software adaptava uma página conforme a conexão e permitia zoom, o expediente foi adaptado para o ambiente móvel. Na falta de poder de processamento para realizar isto, o programa redirecionava a página para um servidor da empresa que reformatava o layout e depois repassava o pacote de dados com o conteúdo. Além deste caminho indireto da informação, nem sempre a renderização final facilitava a leitura.

Princípio parecido foi utilizado nas versões iniciais do *Safari* no *iPhone*. Em virtude da tela capacitativa⁴, o movimento dos dedos foi utilizado para o zoom para uma área específica ou imagem. Isto permitiu ver uma imagem com detalhes, por exemplo, porém sem transformações na linguagem utilizada. Uma alternativa, utilizada até o presente, é detectar qual o aparelho utilizado para a leitura e direcionar o usuário para uma versão móvel do site, com formatação leve e sem todos os recursos visuais. A mudança observada neste caso é uma ênfase nos aspectos básicos, no estilo dos leitores de RSS, para facilitar a leitura - e dita aqui como leitura por priorizar o texto.

4) Tecnologia que possibilita o uso da tela com os dedos e não com só canetas especiais.

Os diversos aparelhos que formaram e seguem formando a expansão do ambiente móvel contam com diferentes formatos de tela e sistemas, características que algumas vezes formam obstáculos para o desenvolvimento de aplicações específicas. A criação de websites responsivos permite publicar apenas uma vez com o conteúdo adaptado automaticamente conforme o display mantendo as características e a hierarquia de informação proposta por um jornalista ao elencar matérias na capa. Isto pode ser observado no *Boston Globe*⁵, jornal que é considerado muitas vezes um exemplo desta técnica. Novamente, o recurso não apresenta novas possibilidades para a linguagem no ambiente, apenas facilita a sua leitura.

A organização através de cards permite a adaptação para o ambiente móvel sem abandonar outras convenções de acesso à Internet e incrementando o código da página com propriedades relativas ao aparelho ou que organizem melhor o conteúdo. A organização de informações por cartões está presente em diversas formas no cotidiano. Seja na organização dos naipes das cartas até cartões de visitas, por exemplo, o card digital lembra uma carta colecionável com dados e imagens. Atrás de uma foto, dados são apresentados na sua forma mais simples - “atributo x valor”, como número total de pontos na carreira x gols. Isto permite a comparação entre diferentes pessoas, ideia que pode ser usada para uma matéria com estatísticas ou um jogo como Super Trunfo⁶.

Como a utilização de dispositivos móveis não está ligada necessariamente a um contexto específico, podendo fazer parte de qualquer momento do dia ou situação de utilização, a experiência de uso é fragmentada. Em uma pesquisa, por exemplo, cada palavra pode contar com variações de importância dependendo do acesso, como a palavra cinema. Em movimento ela pode estar ligada com uma sala de cinema próxima, enquanto um acesso estático pode ser transferido para a página na *Wikipedia* relacionada com o assunto. É preciso combinar

5) Disponível em <http://www.bostonglobe.com>. Para efeito de observação, sugerimos que o site seja comparado com diversas telas ou redimensionado experimentalmente ao acessar pelo computador tradicional.

6) Jogo de cartas popular no Brasil baseado na comparação de dados comuns, como velocidade máxima para carros, por exemplo. Produzidos pela empresa Grow, lembram muito o jogo inglês Top Trumps.

classificação com organização, portanto, fato que pode ser resolvido com novas interfaces.

Para Manovich (2002), ela “determina o que usuários pensam sobre qualquer objeto midiático acessado por um computador” (p. 76). Neste caso, a importância de uma interface para o acesso a conteúdos noticiosos em dispositivos móveis que leve em consideração características dos aparelhos e sistemas também está relacionada à percepção dos usuários sobre as informações. O acesso às notícias e outros dados em dispositivos móveis ocorre de forma rápida, pouco profunda e geralmente em movimento, associado à ideia de Igarza (2009) de bolhas de ócio, momentos livres do dia que podem ser preenchidos por atividades em aparelhos móveis. Esse contexto não é refletido pelo modelo de acesso em navegadores ou de aplicativos híbridos (Budiu, 2013) - que utilizam páginas web dentro de uma estrutura de apps - porque envolvem um tempo de carregamento muito alto e uma sessão de leitura longa, não compatível com a forma como as informações são consumidas em aparelhos como smartphones.

A interface de cards, tal como a metáfora da mesa de trabalho (desktop), também é baseada em objetos do dia a dia adaptados para um contexto digital. Dessa forma, interfaces baseadas em cards também podem ser pensadas como metáforas de objetos já usados para classificação rápida no cotidiano. A utilização dessa metáfora não está baseada apenas do lastro dos cards como objetos físicos, mas também da lógica de organização de informação das unidades. Algumas características são herdadas dos cards físicos - a forma retangular, as dimensões pequenas e a possibilidade de apresentar informações -, mas a versão digital é marcada pela possibilidade de manipulação individualmente, independentemente do conteúdo mostrado, e pela possibilidade de movimentação dessas estruturas individuais (Pietrazk, 2014).

Essas duas características são exploradas intensamente nas interfaces de dispositivos móveis, tornando os cards uma interface associada a esse contexto, primeiramente porque a sua manipulação permite a interação com conteúdos dinâmicos como links, vídeos e informações de redes sociais. Assim, o compartilhamento de apenas uma unidade reúne todas estas informações. A possibilidade de movimentação também é explorada, principalmente ao propor

movimentos baseados em gestos nas telas dos dispositivos móveis. O scroll da web é expandido.

Se o dedo polegar é, essencialmente, o mouse para os dispositivos móveis com telas sensíveis, o card para esses dispositivos torna-se cada vez mais importante como uma unidade digestível de informação em uma tela pequena para usuários que estão em movimento e estão apenas olhando seus apps (Shah, 2013).

Apesar de uma aproximação com as interfaces móveis, é possível identificar três possibilidades para o uso de cards em interfaces digitais: como uma estratégia de unificação para diversos dispositivos, na qual o card é uma unidade independente de informação; como elemento de páginas web responsivas; e como base para apps com publicação exclusiva em ambientes móveis.

A utilização de cards como forma de unificar experiências através de diversas plataformas é apresentada pelos produtos do *Google*: os cards foram, inicialmente, utilizados nos resultados de pesquisa, condensando informações de resultados populares, como da *Wikipedia*, por exemplo. Os cards ganharam destaque com o lançamento do assistente pessoal *Google Now*, que apresenta resultados de pesquisa baseados em informações do usuário. O *Now* é completamente baseado em cards, que podem ser movidos, modificados e acessados independentemente de um aplicativo específico, como um fluxo de informações, tanto em dispositivos móveis como em telas menores, como a do *Google Glass*.

Dessa forma, os cards, dentro da estratégia de produtos do *Google* - que envolve redes sociais como o *Google+*, o assistente pessoal, resultados de pesquisa, clientes de e-mail e mapas -, permitem adaptar informações para diversos contextos de acesso, unificando a experiência de usuário através de diversos dispositivos. Cada unidade, nesse sentido, deixa de ser um elemento para ser a base de um novo tipo de interface, que não está contida em outros modelos, como páginas da web ou aplicativos.

Cards podem ser utilizados como um componente de páginas da web responsivas - que adaptam seu layout de acordo com o tamanho da tela: “elementos das páginas são posicionados em um grid flexível, que se modifica

de acordo com as dimensões da tela. Assim, o layout multicolumna do site desktop torna-se baseado em uma coluna no mobile” (Budiou & Nielsen, 2012). Páginas responsivas são utilizadas por diversas empresas como uma alternativa à produção de aplicativos específicos, pela possibilidade de acesso em diversas plataformas e um custo menor de desenvolvimento.

Nesse contexto, cards podem ser utilizados como elementos de design para essas páginas, uma vez que proporcionam containers de informação resumida. Para que um website seja acessível em pequenas telas, é necessário que o conteúdo seja resumido e fácil para carregar mesmo em conexões lentas. A página *Vox.com*, lançada em 2014 com uma proposta de jornalismo explicativo, utiliza cards como uma ferramenta de indexação de assuntos importantes, usada como uma forma de explicar e apontar diferentes aspectos de notícias do momento. Além dos *Card Stacks*⁷, a página do *Vox* organiza as principais notícias em cards organizados por assuntos.

Além das páginas web, cards também podem ser utilizados como elementos de aplicativos. Diferentemente do design de páginas, no qual já existe uma convenção acerca de elementos necessários para o sucesso de uma interface - menus, colunas, e links - aplicativos para dispositivos móveis têm muitas possibilidades de desenvolvimento e ainda existem definições acerca de elementos indispensáveis para uma interface. As recomendações de design variam de acordo com as plataformas nas quais os aplicativos são desenvolvidos, gerando experiências muito distintas do mesmo app, com o mesmo conteúdo, acessado em sistemas operacionais diferentes.

Nesse contexto, os cards são utilizados como elementos de design base para aplicativos móveis, novamente como uma forma de unificar a experiência - dessa vez entre diferentes sistemas operacionais - e também para facilitar o acesso a conteúdos produzidos especificamente para esses dispositivos. O aplicativo *Circa*⁸, que produz notícias para consumo específico em smartphones, utiliza cards como a base de sua interface ao permitir o acompanhamento de fatos

7) Disponível em: <<http://www.vox.com/cardstacks>>

8) Disponível em: <<https://itunes.apple.com/us/app/circa-news/id517114354?mt=8>> e <<https://play.google.com/store/apps/details?id=cir.ca&hl=en>>

em desenvolvimento em pequenos pedaços de informação, que podem conter textos, imagens, mapas ou citações. O caso do Circa é que o melhor exemplifica a importância do card para o aproveitamento das telas sensíveis ao toque e do tipo de interação possível em dispositivos móveis.

Aplicativos e recursos específicos

Os aplicativos são a unidade básica das plataformas móveis, que modificam a forma de acesso e ação dentro desses sistemas. Juntando essa característica à importância que os dispositivos ganham devido a sua presença próxima constante, é possível identificar um cenário no qual: “os aplicativos listados no smartphone ou tablet de uma pessoa representam um tipo de impressão digital - só que ao invés das linhas, a combinação de interesses, hábitos e conexões sociais que identificam uma pessoa” (Gardner & Davis, 2013, p. 60). No que diz respeito a conteúdos informativos, os aplicativos já representam mudanças na própria forma de consumo, já que são disponibilizados dentro das plataformas, em lojas especializadas, de acordo com categorias definidas dos sistemas operacionais, o que pode ser e é visto como uma vantagem de negócios, uma vez que:

Apps oferecem uma vantagem para provedores de conteúdo devido às várias lojas de aplicativos que oferecem habilidade de micropagamentos, o que permite que seja possível coletar dinheiro dos usuários, o que é difícil de conseguir na Internet livre (Budiu & Nielsen, 2012, p. 35).

Apesar de sua centralidade na experiência de uso de dispositivos móveis, os aplicativos ainda não contam com uma convenção acerca de quais elementos de design são essenciais para uma interface de sucesso. Isso, por um lado, representa uma grande vantagem para os desenvolvedores, que podem explorar as potencialidades de gestos e características de multimídia desses dispositivos, mas, por outro lado, impõe a dificuldade de articular funções e oferecer narrativas em um meio novo: “A fusão entre conteúdo e aplicação obedece à dupla lógica da gestão da informação sobre o usuário e a capacitação

do usuário para atuar sobre o conteúdo: para tanto, o conteúdo deixa de ser o centro de gravidade da cadeia de valor para incluir o que se faz com ele” (Aguado, 2013, p. 18).

Essa mudança na forma como os usuários interagem com o conteúdo móvel precisa encontrar uma tradução nas interfaces móveis. Existe, no momento, uma indefinição acerca de como aproveitar as potencialidades do aparelho e das telas sensíveis ao toque. As recomendações de design variam de acordo com as plataformas nas quais os aplicativos são desenvolvidos, gerando experiências muito distintas do mesmo app, com o mesmo conteúdo, acessado em sistemas operacionais diferentes.

Em um primeiro momento de desenvolvimento, os apps foram vistos como uma grande possibilidade de negócios pela indústria jornalística, representando um novo canal para distribuição de conteúdos impressos e digitais, uma “rápida evolução verificada nos primeiros anos do jornalismo móvel se apoiou em conhecimentos acumulados durante a evolução do webjornalismo” (Canavilhas & Santana, 2011, p. 65). Nesse primeiro momento delimitado pelos autores, pouco se desenvolveu de aplicativos que levassem em conta as particularidades das telas pequenas de smartphones, principalmente no que diz respeito ao contexto de leitura. É possível observar um segundo momento de desenvolvimento, iniciado em 2012, no qual é possível perceber características como a apresentação de notícias em pequenos blocos - seguindo a lógica de organização por cards, o acompanhamento do desenvolvimento de notícias e o envio de pacotes de informações fechados uma ou duas vezes ao dia, como uma forma de recapitulação dos acontecimentos.

Apps como *Circa* e *Summly*, que posteriormente foi comprado pelo *Yahoo* e cuja tecnologia foi utilizada no *Yahoo News Digest*, lançados entre 2012 e 2014, já representam uma nova apropriação dos dispositivos móveis, com a produção de aplicativos nativos e com lógicas de publicação específicas, que parecem afastar-se da lógica da web, adquirindo contornos próprios e contando com sistemas de notificação de push para ganharem espaço na tela dos usuários. Esses alertas são o início da cadeia de acompanhamento – se o usuário assim o quiser – e servem como avisos de grandes acontecimentos para situar leitores: se a interação com os próprios aplicativos já é feita em um contexto rápido, os alertas atuam como

a potencialização dessa situação, resumindo o acontecimento em uma frase e abrindo a possibilidade para o acompanhamento em outras plataformas.

É necessário considerar que, por serem softwares, os apps inauguram uma nova complexidade no fazer jornalístico. O programador é incorporado na equipe e o jornalista precisa compreender sua forma de expressão. É necessário neste momento um acoplamento por parte do jornalista sobre o processo de criação de software e de adequação do conteúdo para este tipo de formato. Os jornais, revistas e diversos tipos de informações jornalísticas são agora software e isto aumenta a importância de novas culturas na redação e de novos campos de estudo como aponta Manovich (2013). Os aplicativos, portanto, encontram-se em um momento no qual é possível perceber alguns traços que os identificam como um produto jornalístico independente, como a organização de notícias em pequenos blocos, para fácil leitura, a utilização de alertas para notícias e desenvolvimento de fatos e a organização de pacotes de informação enviados para os usuários. É possível perceber que, nesse ponto, o smartphone exerce a função de primeira informação, necessária para contextualizar o usuário em movimento, função essa que é potencializada com o uso de dispositivos vestíveis.

Envio de alertas e *wearables*

A distribuição de alertas também permite rápidas interações com a informação e uma consequente fragmentação ainda maior da forma de consumir informações. Enquanto o formato de cards busca organizar notícias, os alertas são usados para chamar a atenção. Estas mensagens curtas têm o poder de interromper outras tarefas ou “despertar” o aparelho do repouso, como se o aparelho apresentasse notícias extraordinárias ou um boletim importante para o usuário.

A permissão do uso de widgets, pequenas janelas para ação específica de aplicativos, como observado no sistema *iOS 8* permite ir além da simples mensagem curta tradicional que caracteriza esta forma. A combinação entre alertas de pagers com mensagens de texto representa as microinterações com a informação cada vez mais frequentes no dia a dia.

Por exemplo, a *CNN* utiliza este expediente para *Breaking News* até mesmo quando a matéria sobre o assunto ainda está em fase de produção, e a única informação a que o leitor tem acesso em um primeiro momento é a frase trazida pelo alerta, que resume o fato ocorrido. Este sinal informa o usuário ao passo que tem uma função de “bookmark futuro”, ao indicar que naquele site ou app será possível ver mais informações posteriormente.

Isto ganha novos contornos na combinação de smartphones com *wearables* e nos dispositivos vestíveis de pulso, como os *smartwatches*. Por utilizar pouco texto e alguma imagem, dependendo do modelo, este alerta permite saber algo enquanto outra atividade é realizada, como durante o preparo de uma comida ou durante uma reunião. Neste curto momento, o dispositivo móvel toma para si a característica multitarefa nativa do Rádio e, diferente do que foi resgatado no início deste trabalho, não interrompe um fluxo de atenção. O uso de poucos botões, como os três do *Pebble*⁹ ou a coroa digital do *Apple Watch*¹⁰, casado com telas capacitativas permite ressaltar estes usos e realizar ações rápidas, como um *check-in* no *Swarm* ou visualizar estatísticas durante um jogo. Assim, o contexto é incrementado, fato que poderia ser utilizado pelos jornalistas para disparo de informações durante uma entrevista coletiva sem que o entrevistado perceba que o entrevistador recebe inputs em tempo real, por exemplo.

Esta questão, assim como outras, é amplificada no *Google Glass*¹¹. Os relógios ou pulseiras permitem o movimento, mas este dispositivo sequer desvia o olhar. Seu uso vai além da simples sobreposição de informações centímetros diante da retina, colocando comandos, direções e informações ao passo que o público segue suas ações (ou é conduzido por elas no caso dos guias).

Como consequência disso, os gestos relativos ao manejo da informação são reconfigurados. Se nas mãos isto é mais trivial, até mesmo o ajuste de um relógio, no *Glass* (e dispositivos semelhantes), gestos como usar dedos em uma área sensível ao toque perto da região temporal da face ou piscar constantemente podem causar estranhamento entre a pessoa que usa e outras ao seu redor. O meio

9) <https://getpebble.com>

10) <http://www.apple.com/watch/>

11) <http://www.google.com/glass/start/>

externo irá eventualmente perceber que a pessoa está recebendo informações, fato que pode alterar os rumos de um diálogo.

É possível utilizar vídeo neste contexto, como a *CNN*, ou áudio, como o *The Guardian*, porém esta proximidade não pode reter toda a atenção. Acompanhar um vídeo por muito tempo requer um contexto específico para o usuário. Até o presente momento, podemos observar que esta alteração no vídeo combina com o formato de boletim e, caso seja necessária uma imersão completa é possível simular um ambiente com o *Oculus Rift* ou recorrer para uma tela maior se for uma mera sequência audiovisual de média ou longa duração, por exemplo. O uso de som casado com o ambiente é interessante, porém devido ao volume do contexto pode provocar dificuldades na sua compreensão. Uma eventual saída poderia ser o uso de fones de ouvido, como no uso tradicional do rádio.

Outra experiência interessante é a apresentação de estatísticas durante o esporte. Além do placar do jogo ou de outros relacionados, dados em tempo real dos atletas podem ser exibidos sem que o usuário interrompa seu foco no campo ou na tela da TV. Portanto, os vestíveis mostram sua utilidade para alertas curtos, informações de rápida duração ou complementos ao cenário.

Considerações finais

As transformações provocadas pelo uso de dispositivos móveis para o Jornalismo, sobretudo smartphones e *wearables* relacionados, foram verificadas, mas apresentam novidades não apenas com os novos aparelhos, mas diariamente através de novos aplicativos e atualizações de sistemas operacionais. Neste artigo observamos o potencial e categorizamos tais possibilidades, mas ainda assim não foi possível abranger tudo em virtude da necessidade, por exemplo, de um complemento para tablets.

Não apenas em virtude do seu pequeno tamanho, os telefones e aparelhos de vestir oferecem pequenos espaços para a informação que formam um grande contexto, mesmo que algumas vezes acabem como satélites dos computadores pessoais tradicionais. Se o uso de um teclado físico comum indica um uso profissional da máquina e os tablets indicam uma informação para ler como

uma revista, as menores telas e sensores roubam do Rádio a característica de companheiro de todas as horas para informar e recolher dados em todos os momentos. Nesta mudança, ainda observamos que as mídias portáteis tradicionais não utilizavam gestos, fato que foi transformado com as telas capacitativas e pode ser diluído mais adiante quando estes aparelhos tiverem suas funções incorporadas aos outros - fato já observado na criação de aparelhos que reúnem em um só objeto um fone de ouvido e MP3 player, algo que pode ocorrer posteriormente com o *Google Glass*.

Neste processo de reconfiguração, outro agente surge lentamente e pode transformar novamente o cenário para o Jornalista. O uso de interfaces de voz permite que o usuário mantenha um diálogo com o dispositivo (como *Siri* e *Cortana*, por exemplo). Além de recombinar dados pessoais para oferecer informação conforme preferências e compreensão do uso - fato já observado em apps de leitura como *Zite*¹² (adquirido pelo *Flipboard*¹³), *News 360*¹⁴ ou *Umano*¹⁵ -, esta combinação pode permitir no futuro outra experiência.

Torna-se fundamental destacar então que a passagem da comunicação digital em suportes desktops para a mobile possibilitou transferências, modificações e inaugurações de linguagens. O mesmo processo, porém com características diferentes, pôde ser observado nos primeiros exemplos de usos dos wearables aplicados ao jornalismo. Nestas passagens o que mais chama atenção é o surgimento de linguagens estritamente conectadas aos meios e todas as suas peculiaridades.

12) Disponível em <http://zite.com>

13) Disponível em <https://about.flipboard.com>

14) Disponível em <http://news360.com>

15) Disponível em <https://umano.me>

Referências

- Aguado, J. M. (2013). La industria del contenido em la era Post-PC: Horizontes, amenazas y oportunidades. In: J. Canavilhas (Org.). *Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis*. Covilhã: Livros Labcom.
- Aguado, J. M., & Martínez, I. (2008). La comunicación móvil en el ecosistema informativo: de las alertas SMS al Mobile 2.0. *Trípodos*, (23), 107-118.
- Budiu, R. (2013). Mobile: native apps, web apps and hybrid apps. Articles, Nngroup.com. Retrieved from <http://www.nngroup.com/articles/mobile-native-apps/>
- Budiu, R., & Nielsen, J. (2012). *Mobile Usability*. Berkley: New Riders.
- Canavilhas, J. (2012). Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada. *Anais do IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, La Laguna, Espanha.
- Canavilhas, J., & Santana, D. C.. (2011). Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. *Líbero*, 14(28), 53-66.
- Chartier, R. (1998). *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Unesp.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C.. (2002). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business Paperback*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*. Londres: Yale University Press.

- Igarza, R. (2009). *Burbujas de Ocio*. Buenos Aires: La Crujia.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nova York: New York University Press. Edição no formato digital Kindle.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotman, R., Robison, A., & Weigel, M. (2010). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MacArthur Foundation.
- Lanham, R. (2006). *The Economics of Attention: Style and Substance in the Age of Information*. Chicago: University of Chicago Press.
- Manovich, L. (2002). *The Language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*, New York, NY: Bloomsbury Academic.
- McLuhan, M. (1974). *Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*. São Paulo: Cultrix.
- Pellanda, E. C. (2005). *Internet Móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação*. (Tese de Doutorado). Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Pietrzak, C. (2014). The Rise of Mobile Cards. *Cezary Pietrzak*. Recuperado em 19 outubro, 2014, de <http://www.cezary.co/post/84466679744/mobile-cards>
- Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, (23), 31-47

Salaverría, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol 90.

Santaella, L. (2013). *Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus.

Shah, S. (2013). Mobile Apps, Card Interfaces, And Our Opposable Thumbs. *Tech Crunch*. Recuperado em 30 novembro, 2014, de <http://techcrunch.com/2013/09/22/mobile-apps-card-interfaces-and-our-opposable-thumbs/>