Jornalismo para celulares: a circulação de notícias nos aplicativos para iPhone[1]

Gian KOJIKOVSKI[2]
Universidade Federal de Santa Catarina

RESUMO

Os celulares estão cada vez mais presentes em todo o mundo. As novas tecnologias possibilitam que esses dispositivos digitais sejam usados não só para receber ou fazer ligações, mas também para fazer fotos, navegar na internet, entre outras coisas. Os meios de informação se aproveitaram disso e criaram *mobile sites* para serem acessados mais facilmente nos *smartphones*. Mais tarde foram desenvolvidos aplicativos para facilitar que as pessoas que utilizam esses telefones tenham acesso à notícias. Como a maneira de acessar informação em *smartphones* é diferente da maneira de ver notícias na web convencional, o jornalismo que pretende se inserir nesse meio deve estar preparado para as mudanças necessárias.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; tecnologia; aplicativos; iPhone; notícia.

1. INTRODUÇÃO

Em 1983 foi comercializado o primeiro celular pessoal. Com o tempo sua tecnologia foi aprimorada a ponto de que em dezembro de 1992[3], os celulares não fossem apenas usados para receber e fazer ligações, mas também para receber e mandar mensagens. A inserção do jornalismo nesse processo aconteceu um pouco mais tarde, 1993, com o serviço de mensagens de texto que buscava informar os interessados algumas situações que ocorriam no transito, ou situações de emergência nas localidades dos assinantes.

A evolução das ferramentas presentes em um telefone celular acompanhou a evolução e a expansão da tecnologia usada para a transmissão de dados. Hoje a chamada rede de transmissão 3G possibilita o tráfego pesado de dados e a conexão com a internet. Foram, então, desenvolvidos celulares com capacidade para explorar essas redes. Além de servirem como computador pessoal dentre outras funções, os chamados *smartphones* tem capacidade de trabalhar com softwares que funcionam como sistemas

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.
[3] http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/30216466.cms

operacionais, assim como em computadores, além de vir equipados com câmera de foto e vídeo, editor de textos e um browser para se navegar na web.

O advento dessas novas tecnologias móveis mudou tanto a maneira que é produzida uma notícia como a maneira que ela é veiculada. "O celular, como um dispositivo híbrido, emerge como o disseminador principal da prática do imediatismo por concentrar uma série de funções e oferecer mobilidade ao portador" (SILVA, 2008). Essa mobilidade aproximou ainda mais o leitor do momento do fato, encurtando o período que se estende desde a apuração da notícia até sua veiculação. Para o contexto do jornalismo "estamos diante de novas possibilidades técnicas que permitem uma mobilidade física e informacional" (LEMOS, 2008) maior da produção e "[...]uma capacidade de geração de conteúdo em situação de instantaneidade mais potencializada" (SILVA, 2008). O jornalista não precisa mais voltar para a redação para escrever uma notícia, assim como o leitor não precisa estar com seu jornal ou em frente ao seu computador para poder lê-la. Esse dois processos podem ser feitos através de aparelhos *smartphones* de qualquer lugar que possua uma rede de dados ou conexão com a internet.

De fato, há alguns anos, não seria possível que houvesse uma adesão das empresas jornalísticas aos aplicativos desenvolvidos para *smartphones* pelo simples fato de que a própria população não havia se simpatizado com esses celulares.

> En los primeros años, los aparatos presentaban dimensiones que dificultaban su transporte personal, tenían un precio prohibitivo y simplemente emulaban el teléfono tradicional, añadiéndole una movilidad condicionada por una red concentrada en los grandes aglomerados urbanos. La posterior miniaturización, diversidad de aparatos y de servicios ofrecidos por las operadoras, junto con el descenso de precios e la mejoria de la red, han cambiado la imagen de los móviles, y actualmente los aparatos disponibles en el mercado responden a casi todas las tipologías de público, independientemente de su edad, género o condición económica y social (CANAVILHAS; João, 2009, p.6).

Segundo o *Innovation in Newspapers 2007 World Report* em 2012 a internet será a primeira fonte de informação para as pessoas (Canavilhas, 2009). Boa parte da responsabilidade disso vai ser a facilidade de se acessar a rede de qualquer lugar através dos *smartphones*, que segundo a Microsoft vão responder por 50% do mercado de celulares no mundo (Canavilhas, 2009) e serão a principal forma de acesso à internet em

2020, ultrapassando os computadores[4]. Atentos a isso e ao constante aumento do interesse pessoal por esses aparelhos, as empresas jornalísticas observaram a necessidade de se inserir nisso há algum tempo. A partir da criação do iPhone, da Apple, em 29 de junho de 2007, começou-se a desenvolver aplicativos específicos para o acesso a informações de uma maneira fácil vindo desses celulares, facilitando a vida do leitor que não precisa mais abrir a página móvel do seu jornal preferido, basta fazer o download do aplicativo desse veículo e acioná-lo quando desejar.

Alguns dados norte-americanos são interessantes por mostrar o avanço dos *smartphones* naquele país e o que tende a acontecer no resto do mundo. Lá, a grande maioria da população acessa notícias de mais de um meio de informação todos os dias. Destes, 46% usa entre quatro e seis meios diferentes para se manter informado[5]. Dentre os meios de informação usados, internet se tornou mais popular que os jornais e que o rádio na busca pelas notícias diárias, ficando atrás apenas da TV aberta e da TV a cabo. Só no mercado americano existem cerca de 270 milhões de celulares[6], 80% dos adultos possuem um aparelho e 37% deles usa a internet do seu telefone. Em 2009, um quarto (26%) da população norte-americana dizia acessar alguma forma de notícia via telefone celular, o equivalente a 33% dos portadores de aparelho no país[7]. Hoje existem cerca de 4 bilhões e 900 milhões de aparelhos em todo o mundo e serão 6 bilhões em 2013, com o aumento da parcela de mercado que os celulares com acesso à internet vem obtendo, o consumo de notícias pela web através de aplicativos próprios nesses celulares deve crescer.

O *smartphone* escolhido para se desenvolver esse trabalho foi o iPhone, da Apple, por motivos parecidos aos que Canavilhas listou em "Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone" (2009):

1) O desenvolvimento do mercado. Só no primeiro final de semana de vendas, o iPhone vendeu mais de um milhão de aparelhos, até o final de 2008 haviam sido vendidos cerca de 37 milhões de celulares, número que aumentou para 50 milhões em novembro de 2009[8].

[4] http://www.ca.ubi.pt/canavilhas/?p=480

[5] http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx?r=1

[4]http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/brasil-tem-5-maior-mercado-de-celular-e-internet-no-mundo-20091023.html

[7] http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx?r=1

[8]http://www.apple.com/pr/library/2009/11/04appstore.html

2) Primeiro *smartphone* a desenvolver aplicativos próprios: A Apple foi precursora no desenvolvimento de aplicativos para seus iPods touch, que mais tarde foram utilizados pelo seu celular. A loja online que vende esse aplicativos, o iTunes Store, tinha disponível para download cerca 100 mil *apps* em dezembro de 2009 e 185 mil em abril de 2010[9], os downloads superaram os 3 bilhões também em abril de 2010[10], 18 meses após a criação da loja.

Os dois aplicativos escolhidos para esse estudo tomaram relevância devido à Copa do Mundo 2010. São ferramentas criadas para interar o usuário do que aconteceu diretamente na África do Sul, muitas vezes prezando pelo imediatismo na informação levada ao usuário e na curiosidade por placares e notícias gerais sobre o evento.

O primeiro *app* que será estudado é o Placar UOL[11]. Foi criado pela empresa de comunicação Universo Online, juntamente com a Gol Mobile. O UOL pertence ao grupo Folha da Manhã, também dono da Folha de São Paulo e outros jornais. O segundo aplicativo voltado à Copa do Mundo presente neste trabalho é o Brasil na África[12] que foi desenvolvido pela empresa RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação) em parceria com a Pontomobi.

2. ANÁLISE DOS APLICATIVOS

2.1 Placar UOL

O aplicativo Placar UOL é um *app* que traz em tempo real o placar e os lances, por escrito, do que acontece em diversas partidas de futebol de vários campeonatos que acontecem pelo Brasil e pelo mundo. Foi o aplicativo mais baixado da a*pp store* da Apple no dia do seu lançamento[13], principalmente devido à Copa do Mundo FIFA 2010. O aplicativo partiu da ideia de levar de maneira prática para celulares, o conteúdo que já era disponibilizado para quem acessava o site para seguir lance-a-lance as partidas de diversos campeonatos.

Na tela inicial do *app*, abrem as principais competições que estão acontecendo, como no exemplo do dia 22 de junho de 2010, a Copa do Mundo, Brasileirão, Série B do Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e Libertadores. O aplicativo também vai cobrir outras competições que estiverem em andamento. Segundo o site UOL, os campeonatos

[9]http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI4400677-EI4796,00-Android+chega+a+mil+aplicativos.html
[10]http://www.apple.com/pr/library/2010/01/05appstore.html
[11]http://copadomundo.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/06/16/uol-lanca-aplicativo-de-futebol-para-iphone.jhtm
[12]http://www.clicrbs.com.br/esportes/rs/noticias/futebol-copa-do-mundo-2010,2930078,Site-Brasil-na-Africa-ganha-versao-para-celular.html
[13]http://copadomundo.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/06/16/placar-uol-e-o-aplicativo-gratuito-mais-baixado-para-iphone.jhtm

Italiano, Francês e Espanhol também poderão ser acompanhados. Além dos torneios, na *Home* existe um banner de publicidade na parte inferior da tela. Clicando em cada uma das competições, surge a tabela com os próximos jogos e com os resultados dos que já ocorreram.

Figura 1 – Capa do Placar UOL

Na base da página inicial existe um menu com: Placar UOL, Fotos, Vídeos, Configurações e Ajuda. O Placar funciona como home e é onde ficam todas as informações principais. Em Fotos, aparece uma galeria de fotos de todas as competições ordenadas por datas. A parte de Vídeos tem pequenas matérias de reportagens que vão ao ar no próprio site da UOL.

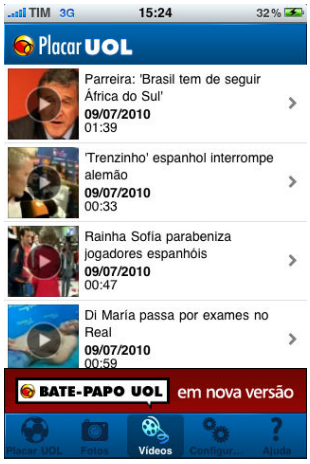

Figura 2 – Galeria de vídeos

Configurações serve para que o usuário escolha, por exemplo, qual time o usuário quer receber informações dos jogos, e a Ajuda explica, em um texto, como o aplicativo funciona. Para o estudo desse aplicativo, será analisado como cada uma das competições é apresentada e como acontece a navegação dentro do *app*.

2.1.1 Copa do Mundo.

A partir da entrada na *Home* do aplicativo, clicando em Copa do Mundo, aparece a tabela com os jogos da semana. Na parte superior da tela pode-se mudar a semana e ver os jogos que já aconteceram, seus respectivos placares e com um clique sobre eles ver as principais jogadas através do "lance-a-lance", e os jogos que estão para acontecer, com informações como em qual estádio vai ter lugar a partida e o horário do jogo.

Figura 3 – Home da Copa do Mundo no app da UOL

A seção superior esquerda da tela existe o ícone de voltar para a página inicial e na seção direita o ícone que encaminha para a classificação do campeonato. Clicando em "classificação", aparecerá a divisão dos grupos com uma barra de rolagem para acompanhar o lugar que cada seleção ocupa em seu respectivo grupo.

Clicando em cada jogo é possível acompanhar os lances importantes que acontecem a cada minuto, além disso, existe um menu onde pode-se escolher ver a escalação inicial do time ou somente os eventos que aconteceram durante o jogo, como cartões amarelos, expulsões, substituições e gols.

Figura 4 – Lance-a-lance de um jogo da Copa

O aplicativo não aproveita todos os recursos que a internet possibilitaria e que já foram listados por diversos autores (PAVLIK, 2001; BARDOEL; DEUZE, 2001; STOVALL, 2004; PETICCA, 2005; LÓPEZ; OTERO, 2006). A capacidade de armazenamento é subutilizada, pois os jogos ocorridos há muitas semanas não ficam com seus lances guardados para consultas posteriores. Outro ponto que deveria ser melhorado se encontra na página que aparece para se acompanhar o lance-a-lance, poderia haver a opção de se clicar sobre o escudo do time e entrar em outra página com as últimas notícias específicas desta seleção, como já acontece nas páginas de *web* convencionais.

2.1.2 Campeonato Brasileiro das séries A e B, Copa do Brasil e Taça Libertadores da América.

O Placar UOL se adapta ao modelo da competição. Nesses casos, o aplicativo tem as mesmas funções que existiam na Copa do Mundo, com algumas mudanças de formato, já que a competição é diferente. Na *Home*, após escolher um destes campeonatos no menu, o usuário é direcionado para a tabela da competição, que abre com próximos jogos a serem disputados.

Figura 5 – Home do Brasileirão no app da UOL

Os outros jogos que já aconteceram, ou os que estão por acontecer, podem ser vistos passando a semana na parte de cima da tela, onde também aparece a data e a fase da competição. Nesta parte acontece o mesmo defeito que ocorreu com os jogos da Copa do Mundo, as partidas que já aconteceram há algum tempo não tem mais seus lances guardados para posterior consulta.

Assim como na parte destinada para a Copa do Mundo, na seção superior esquerda existe um botão que direciona o usuário de volta para a página inicial e na seção superior direita um botão que leva à classificação do campeonato. A classificação do

campeonato aparece de forma vertical, e existe uma barra de rolagem para que seja possível ver todos os clubes e suas respectivas classificações. No caso da Copa do Brasil, como o formato da competição é diferente, não existe classificação. Já na Libertadores da América, a maneira que a tabela aparece é igual à da Copa do Mundo.

2.2 Brasil na África – Juntos na mesma batida

O aplicativo "Brasil na África – Juntos na mesma batida" foi desenvolvido pela RBS (Rede Brasil Sul), em conjunto com Pontomobi, para que o usuário possa acompanhar em seu *iPhone* tanto notícias quanto jogos que acontecem na Copa do Mundo FIFA 2010. O *app* pode ser baixado na *Apple Store*, ou pode ser acessado pelo *mobile site*[14] m.brasilnaafrica.com.br. Foi lançado em 8 de junho de 2010 especialmente para a cobertura da principal competição de futebol do mundo. O aplicativo pode ser baixado gratuitamente, mas o tráfego de dados normalmente é cobrado pelas operadoras.

A tela inicial que é mostrada quando o aplicativo é aberto é dividida em duas. Na parte superior aparecem as notícias, normalmente duas em destaque e um link "+Notícias". Na seção inferior aparecem os jogos do dia ou os próximos jogos da competição. Abaixo dos jogos, existe um *menu* com os seguintes botões: Home, Diário, Seleções, História e Multimídia.

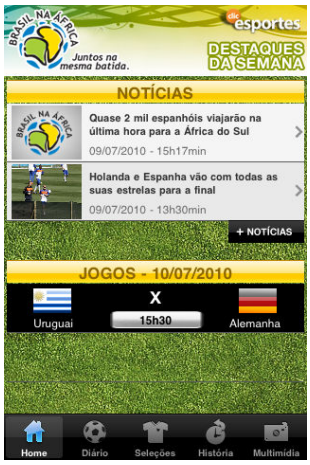

Figura 6 - Página inicial do aplicativo da RBS

Quando é clicado em Diário, aparece o Jogo do Dia, ou o próximo jogo a ser disputado, na parte superior existe outro *menu* com os botões Calendário e Por Seleção.

Em Seleções, a parte superior tem os botões Grupos, Classificação e Resultados. Em Grupos, o usuário pode ver os times que estão em cada grupo e ao clicar na seleção pode ter mais informações sobre ela. Em Classificação, aparece a classificação dos

[14] *Site* de internet com conteúdo desenvolvido especialmente para ser acessado através de celulares *smartphones*.

times nos grupos da Copa e em Resultados pode-se visualizar como as partidas que já ocorreram terminaram.

Figura 7 – Resumo da Seleção Brasileira no app

Em História, pode ser vista a história de cada Copa do Mundo, desde a de 1930 no Uruguai. Uma lista aparece na tela e o usuário pode escolher qual das competições quer conhecer melhor. Escolhendo uma delas, aparecem informações de onde foi realizada, o ano e um texto relatando como a Copa transcorreu e resumindo sua história.

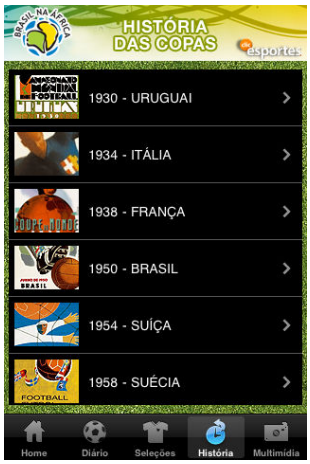

Figura 8 – Histórico das Copas do Mundo

Quando o usuário se direciona para a área multimídia, ele tem quatro opções de link: Notícias, onde é encaminha para as notícias recentes; Blogs, onde tem uma lista de blogs que fazem a cobertura do evento; Galeria de Fotos, onde tem dezenas de álbuns de fotos relacionados à Copa do Mundo e Torcedor-Repórter, onde o torcedor pode enviar textos, fotos, vídeos e comentários que pode ser publicados no próprio site em uma área específica para isso.

3. CONCLUSÃO

A ideia base para a cobertura de eventos e para se escrever as notícias para celulares vem da web convencional, que, como precursora, cede também várias outras características para os aplicativos analisados neste trabalho. Isto pode ser notado de várias formas, a começar pela apuração das notícias que são veiculadas. Como a maioria delas é igual na versão do aplicativo, na do *mobile site* e na versão feita para a *web* convencional, presume-se que o processo é feito por um só jornalista, que posta as notícias na rede e ela é automaticamente direcionada aos outros veículos da empresa. No "lance-a-lance", a maneira como o jogo é transmitido por meio de pequenos textos separados por minutos é a mesma que acontece nos jogos transmitidos para os sites de notícias presentes na rede. Sendo assim, não há diferença na apuração da notícia nos diferentes meios relacionados.

João Canavilhas já havia notado isso em seu artigo "*Contenidos informativos para móviles: estúdio de aplicaciones para iPhone*". Quando descreve a maneira que o jornalista apura e escreve a notícia para os *smartphones*, afirma que seria necessário um investimento por parte das empresas jornalísticas para a contratação de novos profissionais capacitados a diferenciar o texto que vai para celulares de uma maneira que ele se adaptasse ao meio:

> (…) la adaptación automática de estos contenidos para móviles deja de ser una buena opción. En consecuencia, las publicaciones que pretendan apostar por este medio tendrán que buscar periodistas con capacidad técnica para adaptar sus noticias para móviles. Evidentemente, esta es una iniciativa que implica recursos financieros, pero además del modelo de publicidad, ya explotado en muchas aplicaciones, el móvil ofrece otros modelos de negocio que pueden ser explotados, como venta de aplicaciones, venta de móviles con acceso gratuito a contenidos, al estilo de Kindle de Amazon, o suscripciones incluidas en la tasa del móvil. (CANAVILHAS; João, 2009, p.21)

Com a figura do jornalismo móvel, aonde cada vez mais o jornalista vai a campo e produz para todos os tipos de veículos da empresa onde trabalha, um mesmo profissional tem de produzir tanto para web como para os *smartphones*, por isso é tão importante a formação deste profissional e sua capacidade de adaptar o texto para ser veiculado em celulares devido as características deste aparelho, como a dificuldade e leitura, a forma manuseio, dentre outras.

Dentre os três processos fundamentais para a notícia: apuração, produção e circulação, sem dúvida, o que é mais diferente em relação à web convencional é a circulação. Pela própria natureza dos celulares ser diferente da dos computadores, nos

smartphones é possível ter acesso à informação em qualquer lugar com conexão *wi-fi* ou com rede de transmissão de dados, ao contrário dos computadores pessoais ou mesmo dos *notebooks* e *netbooks*, que por mais que possam ser transportados para diversos lugares, não tem a mesma mobilidade que um celular tem.

A maior prova de que o jornalismo em celulares é um mundo novo a ser explorado foi a criação de *apps* voltadas aos meios de informação. Isso, por si só, já demonstra o quanto a distribuição das informações é diferente nesse meio, pois não é preciso abrir o *browser* e se conectar a um site jornalístico para receber notícias.

Sobre as características típicas do jornalismo na web, multimidialidade, hipertextualidade, interatividade, capacidade de memória, personalização, instantaneidade, e ubiqüidade (CANAVILHAS, 2008), é interessante notar que algumas sofrem grandes mudanças ou são subexploradas quando transportadas para as notícias que circulam em celulares, citando três delas:

Nos aplicativos analisados, a multimidialidade pôde ser vista no "Brasil na África – Todos na mesma batida", onde existia uma área específica destinada para isso. Lá, o torcedor-usuário poderia ler notícias, visitar blogs ou ver galerias de fotos. Esta área poderia ser mais completa se houvesse integração com rádios ou fosse possível visualizar vídeos.

A hipertextualidade é subutilizada nos dois *apps* analisados, esse fato pode ocorrer devido a uma série de fatores, Canavilhas (2008) já explicou o que acreditamos ser o principal deles:

> la hipertextualidad, utilizada en las publicaciones on-line, tiene aquí una utilización casi residual. […]. Pensamos que esta opción está relacionada con la pequeña dimensión de las pantallas y la consecuente dificultad en hacer clic sobre los enlaces. (CANAVILHAS; João, 2009, p.21)

A interatividade talvez seja, dessas características, a mais utilizada nos aplicativos para *smartphones*. No aplicativo "Brasil na África – Todos na mesma batida" é possível notá-la. Na área "Multimídia" o usuário tem o link "Torcedor-Repórter", onde pode enviar matérias, fotos e comentários para serem publicados no site em uma área destinada a isso. Porem essa característica do jornalismo online poderia ser utilizada em outros lugares do aplicativo, como nos comentários de uma notícia ou de uma galeria de fotos, na sugestão de pautas ou no chat com jornalistas que estão cobrindo o evento, no *app*, ainda não é possível fazer isso.

Como conclusão, vemos que os aplicativos têm muitas semelhanças com as notícias que circulam na web convencional, porem ainda estão em um passo inicial no seu desenvolvimento. Assim como podemos perceber que acontece com todos os meios recém criados, a linguagem utilizada é ainda a mesma dos sites de informação e deve-se demorar um tempo até que se crie uma nova maneira de fazer jornalismo para *smartphones*. Muitas dessas adaptações devem ser feitas devido às limitações da tela, do manuseio ou do contexto em que o usuário normalmente vai ter acesso às informações. Como diz Canavilhas (2009), essas limitações que existem para a aplicação de um modelo de jornalismo parecido com o da web convencional são a oportunidade de afirmação para um jornalismo de grande potencial.

4. BIBLIOGRAFIA

CAMERON David. **Mobile journalism: A snapshot of current research and practice.** 2009.

CANAVILHAS, João. (2009). **Contenidos informativos para móviles*:* estúdio de aplicaciones para iPhone.** *Revista Textual & Visual Media*, 2, pp.61-80.

LEMOS, André. **Nova esfera Conversacional**, in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al, Esfera pública, redes e jornalismo., Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, ISBN 978857650243-2, pp. 9 – 30.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

PURCEL, Kristen; RAINIE, Lee; MITCHEL, Amy; ROSENSTIEL, Tom; OLMSTEAD, Kenny. **Understanding the Participatory News Consumer** Disponível em: <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx> Acesso em 11 jun. 2010.

SILVA, Fernando Firmino da. **Mobilidade convergente: Abordagem sobre a prática e os estudos do jornalismo móvel**. Ícone (UFPE), v. 11, 2009.

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 (no prelo). 2008

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

SILVA, Fernando Firmino da. **Uso de dispositivos portáteis na produção da notícia.** In: Jornalistas da Web. Disponível em: <http://www.jornalistasdaweb.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudoTipo=2&idConteudo=2241> Acesso em 15 jun. 2010.