

Comunicação 2.0 e as Tecnologias Móveis: A Emergência do Jornalismo Participativo

GUIMARÃES, Brunner Macedo¹

NETTO, Larissa Rosa²

REIS, Marcos Vinícius Reis³

ARRUDA, Eucídio Pimenta⁴

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

Este artigo tem como objetivo discutir, analisar e problematizar a produção jornalística na perspectiva do desenvolvimento de tecnologias móveis, como tablets e smartphones. O estudo contempla a análise do aplicativo “Eu-Repórter” do jornal brasileiro “O Globo”, que se apropria dessa lógica para promover o jornalismo participativo. A popularização de dispositivos como smartphones e tablets, bem como o aprimoramento de suas funcionalidades, faz com que sua exploração seja atrativa aos veículos de comunicação e ao público leitor. O atual contexto de desenvolvimento dos sistemas de comunicação pela web transformou as relações dos usuários da rede entre si e com os meios jornalísticos, evocando a chamada internet 2.0. Surge assim, também, um novo panorama no jornalismo, privilegiando a interatividade e a coletividade no que propusemo-nos chamar de jornalismo 2.0.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo 2.0; jornalismo participativo; tecnologias móveis.

ABSTRACT

This article has the objective to discuss, analyze and problematize the journalist production from the perspective of the mobile technologies, such as tablets and smartphones. The study contemplates the analysis of the Brazilian newspaper “O Globo” application “Eu-Repórter”, which appropriates this logic to promote the participating journalism. The popularization of mobile devices, such as smartphones and tables, as well as the improvement of its functionalities, makes it exploration attractive to the communication vehicles and to the readerships. The actual context of the communication systems development through the web transformed the relations between the users and with the news media, evoking the called internet 2.0. A new journalism panorama also emerges, privileging the interactivity and collectivity in what we proposed to call journalism 2.0.

KEYWORDS: journalism 2.0; participating journalism; mobile technologies.

1 Graduando, no 7º período, do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: brunnermacedo@gmail.com.

2 Graduada, no 7º período, do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: larissarosajornalismo@hotmail.com.

3 Graduando, no 7º período, do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU, email: marcosviniciusreis@outlook.com.

4 Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: eucidio@gmail.com.

1. Introdução

Ao longo de sua história o jornalismo é uma das áreas mais sensíveis à emergência de novas tecnologias. A atividade jornalística necessita obrigatoriamente de um meio para que se concretize. Na medida em que surgem e se popularizam, novas tecnologias vão alterando os processos de produção e consumo do material jornalístico. No início do século XX o jornalismo conquistou o espaço do rádio, em meados do mesmo século foi introduzido na programação das recém criadas emissoras de TV, e no final do século, com a popularização da internet, veio a necessidade de se adaptar à internet.

O século XXI traz uma novidade: a internet popularizou e o público já não se contenta com a condição de receptor. A internet e, especialmente, as redes sociais permitiram a interação público-público, sem a necessidade de um veículo jornalístico intermediando a produção e a recepção de notícia. Redes de microblogs, como o Twitter, blogs, ou páginas de relacionamento com “amigos”, como o Facebook, promoveram uma espécie de emancipação da produção de conteúdos.

O atual estágio da internet, marcado pela ampla multifuncionalidade e multimídia, é conhecido como internet 2.0. Este modelo influencia a emergência de novas formas de produção e veiculação de conteúdo, que relaciona a grande mídia de massa com as tecnologias, apropriando-se de novos formatos, como as redes de relacionamento, live streaming, blogs e microblogs. No atual modelo comunicacional, soma-se ao panorama da internet 2.0 o desenvolvimento e a popularização de dispositivos móveis com acesso à rede mundial de computadores. Além de acesso à internet as plataformas móveis aprimoram o acesso fácil e instantâneo dos produtores e consumidores de informação à funcionalidades como câmeras de vídeo, fotográficas, gravadores de áudio, leitores de texto, editores de vídeos, e diferentes outras tarefas. Esse acesso é quesito fundamental para se entender a atual conjuntura da produção de conteúdos noticiosos na atualidade.

Nós podemos baixar da rede para dispositivos móveis sem fio o que quisermos e na hora que quisermos. Da mesma forma, podemos subir produtos que criamos enquanto estamos em movimento, em deslocamento. É uma mudança em relação à idéia de trabalho em lugar fixo. (MITCHELL, 2003, p.84)

O jornalismo sempre procurou se aproximar da ideia de imediatismo e instantaneidade. Desde o uso de telégrafos sem fio, transmissões ao vivo em estações de rádio, videofones e utilização de recursos via satélite, o objetivo maior dos veículos de comunicação é transmitir ao público a notícia o mais instantaneamente possível e, assim, convencê-lo de sua eficiência e de seu poderio tecnológico.

A internet permitiu a expansão da capacidade de transmissão instantânea de notícias para além das fronteiras do jornalismo. A série de revoltas populares no mundo árabe, conhecida como “Primavera Árabe” ou “Revolução Árabe”, por exemplo, foi noticiada instantaneamente por cidadãos comuns que acompanhavam os acontecimentos completamente inseridos naquele contexto. Revoltosos, estudantes e jornalistas na praça Tahrir, por exemplo, noticiavam o desenrolar da revolta popular no Egito que culminou com a queda do ditador Rosnin Mubarak.

Esta mudança na tessitura de produção e consumo de conteúdo noticioso tem produzido reflexos não apenas no modo como as pessoas se informam, mas também na forma como os veículos de comunicação, antes detentores quase exclusivos da cadeia de produção de material jornalístico, planejam estratégias de produção e divulgação de informação e participação do público. Nesse contexto, o jornalismo que se apropria da chamada internet 2.0, caracterizada pela ávida troca de informações e colaboração dos internautas com sites e serviços virtuais, também é um jornalismo “2.0”, que não se sustenta mais “sozinho”, dependendo cada vez mais da interatividade do público.

O processo de digitalização está por trás destas novas condições com o desenvolvimento de redes telemáticas de alta velocidade e a expansão da capacidade de armazenamento. Em paralelo ao desenvolvimento desta rede (a internet), um conjunto de tecnologias móveis digitais e conexões sem fio se constituía para formatar o que será denominado aqui de ambiente móvel de produção, uma estrutura caracterizada pelo uso destes recursos e conexões para a realização do trabalho jornalístico a distância e desencadeada de forma mais adequada no início do século 21. No âmbito jornalístico este ambiente pode ser compreendido como uma redação móvel com praticamente toda a estrutura necessária de uma redação física para a produção jornalística em condições de mobilidade. (SILVA, 2008, p.2)

A visibilidade e o espaço que o cidadão comum alcança na internet 2.0 vêm acompanhados de um movimento “em sentido contrário”: a busca por visibilidade nesses novos espaços por parte da imprensa tradicional. No atual momento de popularização de

dispositivos móveis, os veículos de comunicação, além de se apropriarem dessas tecnologias para a produção de notícias, também precisam se adaptar a esses ambientes para manterem-se atualizadas e relevantes para a crescente parcela da população que faz uso, ou até mesmo migra, para esses novos suportes eletrônicos.

2. A adaptação dos jornais online às plataformas móveis

O advento da internet e sua crescente popularização nos últimos anos proporcionaram grandes mudanças no modo como as pessoas se relacionam consigo mesmas e com suas realidades sociais, econômicas, políticas e culturais. *Chats, messengers* e redes sociais, por exemplo, demonstram como a web facilitou a comunicação interpessoal. Simples páginas virtuais ou grandes portais de empresas jornalísticas viabilizam, também, a troca de informações noticiosas. Existem sites para compartilhamento de imagens e vídeos, compras, transações bancárias, pesquisas acadêmicas e até mesmo visualização de mapas. Enfim, as possibilidades são muitas. A internet propicia transformações profundas na existência cotidiana de praticamente toda a nossa sociedade – inclusive na de segmentos que não possuem acesso à rede.

É evidente que tais mudanças impactam também o campo do jornalismo. A instantaneidade comunicacional oferecida pela internet e a utilização de ferramentas construídas em ambientes virtuais trouxeram um novo paradigma para os meios de comunicação. Surgiram páginas de conteúdos jornalísticos exclusivamente virtuais (como a *AOL* nos Estados Unidos e o *UOL* no Brasil), inicialmente desvinculadas de qualquer publicação física. Os tradicionais veículos impressos, tais quais jornais e revistas, também precisaram se adaptar a essa nova linguagem, mesmo que o papel ainda seja – na maioria dos casos – seu principal suporte.

Emissoras de televisão e rádio também passaram a disponibilizar suas produções na rede mundial de computadores, e novas modalidades de jornalismo estão se desenvolvendo no âmbito da internet, como *webtelejornalismo* e *webradiojornalismo*. Apesar de suas óbvias implicações, tais transformações não estão inteiramente esclarecidas. Suas problemáticas e questões (ligadas ao âmbito da sociologia, da economia e do jornalismo) ainda representam significativos desafios aos veículos de comunicação. Mas tal qual a Lei de Moore (formulada pelo engenheiro Gordon Moore em 1965), que afirma que a capacidade de processamento dos chips dobra a cada 18 meses, também as inovações no

campo jornalístico estão se desdobrando vertiginosamente, conforme a chegada de novas tecnologias.

Pode-se dizer que os veículos de comunicação tiveram um tempo consideravelmente curto para se adaptarem ao ambiente virtual da internet e dos computadores pessoais (PCs e *laptops*). Hoje, modos de produção e acesso ainda mais sofisticados e específicos emergem e mediam a relação entre os construtores da notícia e o seu público. *Smartphones* e *tablets*, com seus sistemas operacionais móveis e suas lógicas de aplicativos, são ferramentas relativamente novas e que impõem outras necessidades aos jornalistas e aos leitores. Tais aparelhos estão se popularizando rapidamente, conforme seus preços caem e suas funcionalidades se tornam mais atrativas, o que faz com que as empresas de comunicação precisem voltar parte de sua atenção para esses dispositivos.

As potencialidades da internet em sistemas operacionais de PCs e *laptop* (como *Windows* e *Linux*) são bastante atraentes tanto para os veículos de comunicação quanto para o público. São veiculados diferentes formatos em um único meio, como texto, fotografia, vídeo e áudio, em uma experiência verdadeiramente multimidiática. Essa é uma realidade profundamente diferente da vivenciada por meio da leitura de publicações impressas ou da visualização jornais televisivos, por exemplo. Na rede, os leitores podem opinar nas páginas das próprias notícias, compartilhá-las com conhecidos, redigir mensagens para seus produtores etc. Apesar disso, a utilização dos sistemas operacionais móveis (como *iOS*, *Android* e *Windows Phone*) se mostra ainda mais interessante por amplificar significativamente essa experiência, tanto para o público quanto para os próprios jornalistas.

Entre as principais especificidades das plataformas móveis estão a possibilidade de se transportar diversos produtos jornalísticos em um único dispositivo, a intensa interatividade entre o leitor e os diferentes recursos multimídia (principalmente considerando-se que muitos desses aparelhos possuem telas sensíveis ao toque e sensores) e a facilidade de uso. Além disso, a disposição dos veículos em aplicativos (*apps* - pequenos *softwares*) possibilita a estruturação do conteúdo de maneira mais livre, a depender das intenções de seus produtores.

A utilização de aplicativos por parte dos meios de comunicação é bastante recente, mas tem sido grandemente popularizada. Muitos jornais e revistas, assim como redes de televisão e emissoras de rádio, têm adaptado seus conteúdos para serem acessados em *smartphones* e *tablets*. Um dos exemplos mais interessantes a serem apresentados é o da revista *Wired*. Essa publicação é uma revista impressa mensal dos EUA sobre cultura,

entretenimento, tecnologia, ciência e política. Sua página na internet se vale de recursos audiovisuais e é um canal multimídia. O público leitor não assinante pode encontrar nela a maior parte do conteúdo disponibilizado na versão em papel, assim como pode acessar vídeos e imagens. Os assinantes têm acesso aos textos, vídeos e imagens integralmente, sem qualquer tipo de restrição.

Pouco antes do lançamento do *iPad*, *tablet* fabricado pela empresa estadunidense *Apple*, a *Condé Nast* (empresa de comunicação que edita a *Wired*) demonstrou interesse em utilizar a ferramenta para a veiculação de suas revistas. Foi assim que, em 2010, pouco depois da chegada do aparelho no mercado, o aplicativo da revista foi disponibilizado aos usuários. Entre suas principais características estão a diagramação que explora a tela sensível ao toque, a navegação horizontal ou vertical e o uso abundante de textos, fotografias, vídeos e infográficos. O projeto gráfico da *Wired* privilegia grandes imagens e o uso abundante de cores, o que evidentemente chama a atenção dos leitores em sua versão para *iPad*. O aplicativo pode ser considerado um dos mais influentes na criação de outros *apps* do gênero. Ele vendeu aproximadamente 24 mil cópias da revista em apenas 24 horas. Essa é uma marca bastante expressiva, principalmente se levado em consideração que a edição digital estava sendo vendida ao mesmo preço que a edição impressa (cinco dólares).

Outro exemplo notável nos EUA é o da revista semanal *New Yorker*. A publicação, que também é editada pela *Condé Nest*, possui um site na internet e teve seu aplicativo lançado em 2010 para *iPad*. A *New Yorker* se diferencia significativamente do veículo anterior por possuir uma linha editorial e um projeto gráfico que dão destaque a textos mais longos e densos e a algumas ilustrações. Desse modo, seu aplicativo explora de maneira mais moderada as possibilidades interativas e multimidiáticas oferecidas pelo *tablet*. Conforme dados publicados na página virtual do *The New York Times*, esse *app* é o mais bem-sucedido da *Condé Nest*, mesmo não demonstrando tão intensamente um grande apelo tecnológico ao seu público leitor. Até o final do ano passado, mais de 20 mil pessoas assinavam o pacote anual da ferramenta (pagando cerca de 60 dólares) e muitos outros compravam a edição individual (5 dólares). Ainda conforme o texto do *The New York Times*, aproximadamente 100 mil assinantes liam a revista na plataforma digital.

No Brasil, a utilização de sistemas operacionais móveis e de aplicativos por parte dos veículos de comunicação está se realizando gradativamente. Ainda não existem tantos aplicativos de jornalismo em língua portuguesa quanto em língua inglesa, mas determinadas publicações têm sido razoavelmente bem adaptadas aos *smartphones* e aos *tablets*. Os

veículos físicos mais procurados também são os que mais profundamente exploram as possibilidades tecnológicas dos aparelhos. Outros vão além, agregando conteúdo, interatividade e participação direta dos leitores (esse aspecto será discutido mais tarde). Alguns, no entanto, não fazem um uso verdadeiro dos dispositivos móveis, apresentando aplicativos meramente direcionadores aos seus sites e páginas virtuais.

O jornal *Folha de S. Paulo* é um exemplo brasileiro de apropriação da linguagem das tecnologias móveis à produção e difusão de conteúdo jornalístico. Ele é o maior jornal impresso de circulação diária do país e possui um grande site no qual publica diversos conteúdos jornalísticos. Seu aplicativo, lançado em 2011, foi construído com a tecnologia *HTML5*. Isso permite que os leitores consigam visualizá-lo adequadamente em diferentes aparelhos, visto que o *app* se ajusta à tela de cada dispositivo. Um de seus aspectos mais interessantes é a disposição dos elementos textuais e gráficos, à qual se aproxima da organização do impresso. O conteúdo disponibilizado também é o mesmo apresentado em sua versão física, apesar de sofrer adaptações. Dessa maneira, o público leitor assinante possui acesso livre aos textos, imagens e vídeos ali veiculados, ao passo que os não assinantes podem visualizar apenas 40 reportagens ao mês.

Outros exemplos de aplicativos de jornalismo no Brasil são os do jornal *O Globo*, do jornal *O Estado de S. Paulo*, da revista *Época*, do portal *G1* e do canal de futebol *Placar UOL*. Todos eles fazem uso de recursos de texto, vídeo e áudio em seus *apps* e apresentam estruturas gráficas relativamente similares. Isto é, nenhum desses jornais e revistas se aproxima verdadeiramente da proposta de alguns veículos estrangeiros, os quais exploram dinâmica e profundamente as possibilidades oferecidas por *smartphones* e *tablets*. Apesar disso, determinadas publicações oferecem aplicativos funcionais e interessantes, para usos diferentes do simples acesso a notícias, reportagens e outras produções jornalísticas, como será apresentado adiante.

De uma forma geral, pode-se dizer que a apropriação dos veículos de comunicação sobre a lógica dos sistemas operacionais móveis e suas possibilidades criativas, interativas e multimidiáticas propicia significativas transformações – tanto no fazer jornalístico quanto no acesso aos conteúdos por parte do público leitor. No contexto brasileiro tais impactos são facilmente observáveis, ainda que a utilização dessas ferramentas esteja em um estágio quase experimental. Percebe-se que a tendência entre os principais veículos é a adaptação de suas produções aos formatos digitais, conforme o público com acesso a *smartphones* e *tablets* aumente. Alguns jornais e revistas, em determinadas plataformas, parecem não

realizar grandes esforços na busca pela integração com as novas linguagens tecnológicas. Esse cenário, contudo, não é preocupante – principalmente se considerado que o preço de determinados dispositivos móveis ainda está um pouco acima da capacidade de aquisição da grande maioria dos brasileiros.

Novos usos estão sendo elaborados para além da interatividade e multimídia propriamente ditas, tanto em contexto estrangeiro quanto nacional. No Brasil, o jornal *O Globo* criou um aplicativo para *iPad* que explora o jornalismo participativo, no qual o público e os cidadãos comuns criam e veiculam conteúdos jornalísticos. Tal aplicativo será explorado a seguir, juntamente com suas implicações.

3. O caso do “Eu Repórter”

O jornal impresso diário “O Globo” é um dos maiores veículos de comunicação do Brasil. A publicação possui uma página na web semelhante à de outros jornais de grande circulação, tais quais os meios “Folha de S. Paulo” e “O Estado de S. Paulo”. No que se refere à ferramentas para dispositivos móveis, “O Globo” desenvolveu um aplicativo funcional e atraente para *iPad*. Sua versão para o sistema operacional móvel *Android*, contudo, não é tão interessante – principalmente por não reunir os mesmos recursos de interatividade e multimídia.

Pode-se dizer que o *app* central da publicação, o qual oferece acesso aos conteúdos jornalísticos produzidos pela empresa, não se diferencia ou se destaca em relação a outros do gênero. Apesar disso, o veículo desenvolveu uma ferramenta para *smartphones* e *tablets* (com o sistema operacional *iOS* e *Blackberry OS*) que explora as potencialidades do jornalismo participativo. Denominado “Eu-repórter”, esse aplicativo possibilita aos usuários a confecção e a publicação de notícias com textos e imagens, as quais são disponibilizadas em uma página específica na web

O “Eu-repórter” também pode ser utilizado por meio de navegadores de internet (como *Internet Explorer*, *Google Chrome* e *Mozilla Firefox*), mas é nas plataformas móveis que ele adquire maior significação e relevância. Na atualidade, grande parte dos dispositivos portáteis é dotada de câmeras fotográficas e de vídeo, editores de texto, microfones, localização por GPS e mapas, além de conexão com a rede mundial de computadores. Todos esses recursos contribuem para a concretização das intenções jornalísticas no entorno da idealização, criação e manutenção do *app*.

De um modo geral, evidencia-se o caráter participativo ou colaborativo do “Eu-repórter”. Essa modalidade de jornalismo têm se tornado mais relevante no contexto da comunicação social, visto que os leitores/receptores adquirem a possibilidade de produzirem a notícia mesmo não sendo jornalistas. Tal interação entre os diferentes agentes sociais no relato dos fatos possui importantes implicações na atividade jornalística e nas articulações sociais, e também se manifesta em outros ambientes virtuais, como redes sociais, blogs e sites.

4. As transformações no jornalismo

As transformações na tessitura jornalística promovida pela popularização do jornalismo participativo, que contempla a atuação de agentes externos às redações nas produções de notícias, alteram drasticamente a posição do jornalista. Produzir notícias, registrar momentos com fotos, vídeos ou áudio e vê-los publicados em uma grande mídia não é mais uma especificidade do jornalista. Qualquer indivíduo com acesso a tecnologias capazes de realizar os registros midiáticos ou com condição de escrever uma matéria pode ser facilmente consumido pela atual tendência jornalística de promover a interação veículo-público através do jornalismo participativo, ou “jornalismo 2.0”.

Esta nova configuração do jornalismo popularizou-se recentemente com o acesso à internet por grande parcela da população brasileira e com o advento das tecnologias móveis. Para Marchand (apud SILVA, 2000, p. 114) “a comunicação interativa via rede provocou transformações fundamentais no esquema clássico de comunicação, pois muda o estatuto do receptor por meio da participação-intervenção, muda a natureza da mensagem e muda o papel do emissor”.

No processo de jornalismo participativo, ou colaborativo, há, assim como no jornalismo tradicional, a necessidade de o jornalismo se equivaler de credibilidade. Este é um campo que, geralmente, provoca muita divergência. Dentre as séries de revoltas em países árabes, iniciadas no final de 2010 na Tunísia, diversas vezes o trabalho de jornalistas foi restringidos. Em países como a Síria, por exemplo, os vídeos e notícias que alcançam o noticiário internacional são feitos por cidadãos “comuns”, e a autenticidade dessas informações são sempre colocadas em dúvida.

A produção jornalística tradicional acontece dentro de redações e organizações midiáticas marcadas pela hierarquização e disposição funcional vertical. Essa disposição de cargos propicia a verificação e a apuração de informações, que, consensualmente, garante a veracidade e a credibilidade da informação. A credibilidade jornalística é, contudo, um consenso social, visto que a informação, em qualquer âmbito em que esteja está sujeita a sofrer distorções, que variam de acordo com as posições ideológicas e filosóficas dos veículos de comunicação e jornalistas.

O jornalismo participativo, por sua vez, não possui a hierarquia de cargos, cada pessoa tem a possibilidade de divulgar qualquer tipo de informação pela internet ou enviá-la a algum veículo de comunicação. A informação, no jornalismo participativo assume uma organicidade mais horizontal e não está sujeita a uma ampla verificação. A credibilidade da informação, então, desloca-se para o campo do coletivo. As informações são consideradas confiáveis quando fiscalizadas e reconfiguradas por uma multidão de gatekeepers-redatores-editores-moderadores em redes sociais, blogs e outros canais abertos nas redes, ou a partir de provas visuais ou mínima averiguação e relevância para os casos do jornalismo participativo em veículos de comunicação consagrados.

A inserção do jornalismo participativo no jornalismo tradicional traz perspectivas de alterações na conjuntura jornalística. É possível estabelecer relação entre esta inserção e a necessidade/tendência de aproximação do veículo de comunicação com o público, seja esse veículo uma emissora de TV, de rádio, um jornal impresso ou online. O jornalismo participativo também humaniza o jornalismo tradicional. O foco de visão do jornalismo tradicional, muitas vezes “viciado” em modos de operar, é desviado para o cerne da sociedade.

Outro caráter inegável da introdução do jornalismo participativo no jornalismo tradicional é a economia de custos para as empresas do setor. É consideravelmente mais barato e vantajoso para um veículo de comunicação receber a notícia semiacabada por meio de uma plataforma virtual do que prontificar uma equipe para a cobertura de um acontecimento de pequena ou média importância. Contudo, é ingênuo e precipitado pensar a existência ou a sobrevivência do jornalismo sem a presença do jornalista. É necessária a existência de profissionais da área para refletir a produção da notícia, exercer papéis de edição, planejar estratégias de divulgação, incorporação de tecnologias e preservação do caráter opinativo do jornalismo.

A imersão do jornalismo participativo no jornalismo tradicional reforça a atuação de gatekeepers. Se por um lado faz-se necessário um “filtro” antecedente às publicações de notícias produzidas por não jornalistas no jornal, este “filtro” também pode abrir espaço para algumas práticas no interior dos veículos, como o privilégios à determinadas temáticas, contaminadas por interesses econômicos e ideológicos. As mudanças que o jornalismo participativo pode causar no jornalismo não são sutis. O “monopólio” que os profissionais da área possuem sobre a produção e divulgação de notícias é invadido por uma produção “independente” que desmitifica o caráter exclusivo do jornalista enquanto “cão de guarda da sociedade”. Qualquer indivíduo pode, por exemplo, publicar denúncias na rede, ou enviar um vídeo, áudio, foto, texto ou comentário a um veículo que abra espaço participativo.

Se a mídia, os veículos de comunicação e suas organizações jornalísticas são comumente apelidados de “quarto poder”, com a internet e as tecnologias móveis, entendidas enquanto fator fundamental nessa popularização do jornalismo participativo, um novo “poder” também se consolida. Este “novo” poder pode ser facilmente confundido com o próprio direito de expressão do povo em um país democrático. A possibilidade de um cidadão se manifestar contra um governo na internet também pode ser verificada por meio de manifestações pacíficas nas ruas. O que há de diferente na utilização das redes para a troca de informações públicas, noticiosas e ideológicas entre cidadãos comuns e entre cidadãos e veículos de comunicação, é o poder catalizador que a web detém. A partir da internet, por exemplo, um movimento social alcança mais rapidamente um número maior de pessoas, e com a popularização de dispositivos móveis conectados à internet, é mais provável que um cidadão comum esteja no foco de um acontecimento, quando ele não é programado, e realize os primeiros registros de foto, vídeo ou áudio.

A instantaneidade é um dos pilares do jornalismo na atualidade, a busca por ela se estabelece, cada vez mais intensamente, através das tecnologias móveis. Desta forma, o jornalismo apropria-se do uso não somente dessas tecnologias, como também dos indivíduos que as possui e de seu trabalho de registro dos fatos. Estas são apropriações muito propícias ao jornalismo, pois além de facilitar a veiculação dos flagrantes dos fatos, reforçando os discursos de dinamicidade dos veículos, também alcançam a aproximação com o público, tão almejada nos dias atuais.

Em países não democráticos o jornalismo participativo, obviamente, não possui grande força. Mas ainda assim as tecnologias móveis são de grande utilidade para o

jornalismo internacional. Indivíduos com acesso às tecnologias móveis e à internet, registram fatos, descrevem acontecimentos e situações que, ao cair no conhecimento da imprensa internacional, são geralmente veiculados, ainda que com a ressalva da impossibilidade de averiguação do fato.

5. Conclusão

As tecnologias móveis estão se inserindo gradualmente no campo do jornalismo. Pode-se dizer que, hoje, aparelhos como *smartphones* e *tablets* estão sendo cada vez mais usados por profissionais da comunicação para a produção da notícia e para a sua difusão. Muitos veículos criam sofisticados aplicativos para sistemas operacionais móveis no intuito levar a informação ao público, o que modifica relativamente a forma como os conteúdos jornalísticos são organizados, apresentados e distribuídos. A recepção destas produções por parte do público também é diferente, visto que tais ferramentas possibilitam profunda multimídia e uma maior interação entre os jornalistas e o público leitor.

O atual desenvolvimento tecnológico possibilita maior instantaneidade ao fazer jornalístico, visto que profissionais podem executar suas atividades em espaços diversos do ambiente fixo de trabalho. Os leitores também são impactados, pois podem visualizar inúmeras publicações e informações em praticamente qualquer lugar. Com o acesso a tais ferramentas, os cidadãos comuns podem até mesmo noticiarem fatos e ocorrências, atuando juntamente com os profissionais do jornalismo.

Diante deste novo panorama mundial de troca acelerada de informações e registros e de vigília contínua a tudo e a todos, as tecnologias móveis se tornam cada vez mais inerentes ao jornalismo que, por sua vez, dependem cada vez mais de não jornalistas para a composição de noticiários que contemplem assuntos e temáticas que deem conta da fervorosa velocidade dos acontecimentos.

Mas outro aspecto da atividade jornalística que se destaca no atual panorama de desenvolvimento da internet 2.0 e da livre circulação da informação entre usuários da rede, é seu caráter orientador perante uma sociedade atônita em meio à farta oferta de conteúdo presente na internet. Embora a quantidade de informação circulante pareça altíssima, o número de usuários que realmente produzem informações é muito baixo, a maioria apenas reproduz informações geradas por outros. A internet é também ambiente propício para a proliferação de material inverídico, de baixa qualidade e confiabilidade. Desta forma, a confirmação das teorias apocalípticas sobre o desaparecimento do jornalismo seria uma

espécie de “suicídio social”, estando a sociedade imersa em uma crise da informação, onde não haveria muita orientação sobre em que acreditar.

6. Referências

CANAVILHAS, João; SANTANA, Douglas Cavallari. *Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia a emancipação*. In: **Revista Líbero**, vol. 14, nº28. P. 53-66. S. Paulo, 2011. Disponível em: <http://ubithesis.ubi.pt/handle/10400.6/688>. Acesso em: 24/06/2012.

EU-REPÓRTER. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/>. Acesso em: 24/06/2012.

MALINI, Fábio. *Modelos de colaboração nos meios sociais da internet: uma análise a partir dos portais de jornalismo participativo*. Disponível em: www.sitedaescola.com/downloads/portaal_aluno/Maio/Modelos%20de%20colabora%E7%E3o%20nos%20meios%20sociais%20da%20internet-Uma%20an%E1lise%20a%20partir%20dos%20portais%20de%20jornalismo%20participativo.pdf. Acesso em: 24/06/2012.

MITCHELL, W. J. *ME++: the cyborg self and the network city*. Cambridge, MA: MIT Press, 2003.

NATANSOHN, Graciela; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. *Revistas brasileiras online em plataformas móveis*. In: **Revista Eco-Pós**. UFBA, Salvador./BA. Disponível em: www.rodrigocunha.jor.br/textos/2010ecopos.pdf. Acesso em: 24/06/2012.

THE NEW YORK TIMES. *For New Yorker on iPad, Words Are the Thing*. Disponível em: http://www.nytimes.com/2011/08/01/business/media/new-yorker-on-ipad-shows-viewers-want-to-read.html?_r=2&scp=2&sq=new%20yorker&st=cse. Acesso em: 24/06/2012.

PORTAL IMPRENSA. *Aplicativo da New Yorker é o mais bem sucedido da Condé Nast*. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/internacional/43710/aplicativo+da+new+yorker+e+o+mais+bem+sucedido+da+conde+nast/>. Acesso em: 24/06/2012.

SAVI, Rafael. *Utilização de ferramentas interativas em jornalismo participativo: uma análise de casos de blogs, wikis, fóruns e podcasts em meados da primeira década do século XXI*. Disponível em: <http://www.tede.ufsc.br/teses/PEGC0014.pdf> **Florianópolis UFSC 2007**. Acesso em: 24/06/2012.

SILVA, Fernando Firmino da. *Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões em fio na reportagem de campo*. Disponível em: rtietz.com/posimagemfevale/page0/files/Fernando_firmino_intercom.pdf. Acesso em: 24/06/2012.

SILVA, Fernando Firmino da. *Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e configurações*. Disponível em: cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fernando%20Firmino%20da%20Silva.pdf. Acesso em: 24/06/2012.

SILVA, Fernando Firmino da. *Mobilidade convergente: abordagem sobre a prática e estudos do jornalismo móvel*. In: **Revista Ícone**, Vol. 11, No 2. 2009. Disponível em: www.icone-ppgcom.com.br/index.php/icone/article/view/57. Acesso em: 24/06/2012.

SILVA, Fernando Firmino da. *Tecologias móveis como plataformas de produção no jornalismo*. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/166/1/Comunicacao%20e%20mobilidade.pdf#page=69>. Acesso em: 24/06/2012.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.

TORRES, Cleyton Carlos. *Os grandes aliados do jornalismo 2.0*. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_grandes_aliados_do_jornalismo_20. Acesso em: 24/06/2012.