



# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

## Jornalismo móvel e digital: novas práticas e apropriações da informação<sup>1</sup>

Alexandra Fante NISHIYAMA<sup>2</sup>

Tiago Mathias da SILVA<sup>3</sup>

### Resumo

Ubíquo, geolocalizado, móvel, conectado, imediato, multimidiático e próximo. São essas as características do jornalismo contemporâneo que reconfigura os formatos de produção, consumo, veiculação e espacialidade da notícia. A partir das novas tecnologias configura-se a descentralização, a flexibilidade e a mobilidade física e informacional criando novos fluxos e territórios no jornalismo. Neste artigo pretende-se estimular a discussão sobre o jornalismo atual – móvel e conectado, as práticas e apropriações do conteúdo, as novas formas de produção, bem como as possibilidades de participação do sujeito e o aspecto da espacialidade com o uso da geolocalização.

**Palavras-chave:** Jornalismo online. Tecnologia. Geolocalização. Território informacional. Mídia locativa.

Com as multtelas, em diferentes dimensões de formatos, portáteis, conectadas e multifuncionais, os meios de comunicação enxergaram novas possibilidades para o jornalismo. As mídias tradicionais permanecem em seus ambientes natos, porém escolheram migrar para uma nova plataforma, onde podem agregar outras características, como áudio, vídeo, imagem e texto em um mesmo canal.

A Convergência ou multimídia podem ser definidas, de forma simples, como um ponto de encontro entre diferentes formatos de comunicação. Contudo, os termos serão explorados na continuidade deste estudo.

Com a possibilidade dos meios de comunicação migrar para diferentes canais e plataformas, os conteúdos foram adaptados de forma responsiva e passaram a ser ubíquos, estando disponíveis em todo o tempo e em todos os lugares. A ubiquidade estimulou a proximidade de conteúdos e, no caso do jornalismo, resultou também no imediatismo da notícia.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Comunicação, Interfaces Digitais e Sistemas Inteligentes, evento componente do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva.

<sup>2</sup> Alexandra Fante Nishiyama é jornalista e doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: alexandrafante@gmail.com. Currículo Lattes: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4426776U2>.

<sup>3</sup> Tiago Mathias da Silva é jornalista pela Faculdade Maringá. E-mail: tiago.mathiass@gmail.com.



# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

A proximidade, a ubiquidade e o imediatismo, são características do jornalismo móvel e digital que se estimulam diretamente. Uma outra ferramenta entra em cena nesse contexto, a geolocalização, que permite ao sujeito<sup>4</sup> receber informações a partir do lugar onde está. Partindo dos estudos mais recentes acerca do jornalismo e da internet, é possível entender que o indivíduo pode agir como interlocutor dos interesses e demandas de sua localidade, bem como ser ator das informações. Se, em geografia, regionalizar significa dividir em regiões de acordo com as semelhanças ou características que determinados lugares apresentam em comum, neste recorte pretende-se também abordar sobre o virtual como um território informacional, estimulado pelas novas ferramentas e tecnologias comunicacionais. Ou seja, como indivíduos socialmente aproximados e convergidos, consumidores e produtores midiáticos, a partir de um espaço.

O artigo visa também discutir sobre os limiares entre a organização pelo espaço e a flexibilização das possibilidades de comunicação, tendo como pressuposto que ao mesmo tempo o jornalismo trabalha com a geolocalização, potencializada pelas novas tecnologias da informação.

## **Os aspectos do jornalismo contemporâneo**

As inovações tecnológicas impactaram o campo midiático alterando as formas de comunicação, e nesse movimento acontece a intersecção dos meios com os indivíduos e dos indivíduos com os meios. O processo que se vivencia hoje na comunicação trata-se de uma mudança também na cultura da audiência, alterando a priori, a natureza proposta pelos meios de comunicação de massa, induzindo para novas formas de produção, distribuição e consumo da informação.

No tange o jornalismo móvel, Silva (2002, p.4) o define da seguinte forma

---

<sup>4</sup> Entende-se que as palavras usuário ou consumidor não são adequados por entender que tem um aspecto apenas de transmissão de conteúdo, como se fosse o fim do processo. Serão usados os termos sujeito ou indivíduo para se referir às pessoas que consomem as notícias por entender que fazem parte do processo em um sistema de retroalimentação comunicacional, cultural e social. “A convergência refere-se a um processo, não há um ponto final. Estamos vendo a emergência de um novo paradigma que afetará profundamente nossas relações sociais, políticas e culturais” (GALANTE; GUARÉSCHI, s.d, p.6).



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

Poderíamos definir esta mobilidade jornalística através do uso de tecnologias móveis digitais e conexões sem fio para a produção ou relato da notícia diretamente do local do evento em condições de mobilidade. Neste sentido, este aparato formata um ambiente móvel de produção vinculado a redes de alta velocidade a partir do qual o repórter tem à disposição uma estrutura para a composição noticiosa de textos, fotos, vídeos e áudios ou o acesso à base de dados remota.

Nas publicações mais recentes, Silva (2015, p.9) complementa o termo jornalismo móvel com a palavra digital e define como

[...] uma modalidade de prática e de consumo de notícias através de tecnologias (smartphones, tablets, celulares e outros dispositivos similares). Numa perspectiva histórica, o jornalismo móvel é compreendido como informação transportada para os jornais e revistas, meios eletrônicos como rádios e TV. No cenário atual, a prática é caracterizada pela mobilidade física e informacional para a produção de conteúdos diretamente do local do evento cujas condições são potencializadas pela portabilidade, ubiquidade e mobilidade, além da consideração do aspecto de espacialização contextualizada com a geolocalização da notícia.

Com essas características o jornalismo móvel e digital permitiu o encontro das mídias principalmente na internet. Essa migração ou deslocamento dos meios de comunicação em direção a múltiplos modos de acesso chama-se convergência, definido por Jenkins (2009, p.27) como o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia [...]”. Para Palácios (2003, p.3), “a convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”. Essa convergência dos meios também é chamada de multimídia (BARDOEL; DEUZE, 2001) (SALAVERRÍA, 2014).

Os pesquisadores Salaverría e Negredo (apud SILVA, 2013, p.99) pontuam que a convergência pode ser sinônimo de “redações integradas”, formada por um ou dois meios de comunicação. Para eles existe a “convergência pela escala midiática”, sendo a convergência a dois (online e impresso), a três (online, impresso e TV), a quatro (impresso, online, TV e rádio) e a convergência pela escala geográfica (formada pelos meios de comunicação nacionais e pela convergência dos meios de comunicação locais e regionais). É o jornalismo em diferentes formatos, porém em sempre em alta resolução e disponível em todo o tempo para atender todos os segmentos da sociedade.



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

Salaverría (2014, p.26), pontua ainda que há três sentidos para o conceito atual de multimídia ou convergência, como multiplataforma ao tratar de multitelas, como polivalência dos meios de comunicação ao produzir texto, vídeo, áudio e imagem e dos jornalistas na execução de várias funções e, como combinação de linguagens. Para o pesquisador o objetivo é único, o de alcançar melhores resultados de audiência.

As inúmeras telas, multifuncionais e integradas tem em si o conceito de mobilidade física e informacional e asseguram ao jornalismo contemporâneo essa característica de mobilidade. Para Silva (2015, p.11), a “Grosso modo, jornalismo móvel digital incorpora o ‘móvel’ de mobilidade e o ‘digital’ da digitalização do aparato técnico utilizado para conferir um rearranjo às rotinas produtivas no jornalismo e ao consumo de notícias”.

Com o objetivo de complementar as três acepções da multimídia elaboradas por Salaverría (2014, p.26) pontuadas acima, cita-se os três aspectos pertinentes para a execução e consolidação do jornalismo móvel digital, por Silva (2015, p.12).

- a. Expansão da mobilidade através das tecnologias móveis e das tecnologias sem fio desencadeou uma nova relação entre jornalismo e mobilidade com a apropriação dos territórios informacionais enquanto espaços para conexão e fluidez de conteúdos;
- b. A geolocalização para notícias através de recursos de GPS embarcados em portáteis permite a contextualização do local de emissão, aparecendo como um valor agregado às narrativas conduzidas diretamente dos locais da emissão;
- c. A mobilidade do consumidor de informações para ser um aspecto a considerar porque este demanda atualizações mais constantes pressionando a produção do local ou sistemas de alerta instantâneos como os de redes sociais móveis a exemplo do Twitter, Facebook e Instagram. Notícias *hard news* como acidentes e protestos são situações ilustrativas da mobilização dessa estratégia forçada pelo crescimento da comunicação móvel.

A mobilidade física garante aos sujeitos a possibilidade de acesso às notícias por meio das tecnologias móveis e sem fios. No caso dos jornalistas, essa mobilidade dá condições para que as notícias sejam produzidas nos locais onde acontecem, as redações deixaram de ser físicas e estão em um não-lugar<sup>5</sup>, ou seja, não é preciso estar em uma localidade preso aos fios, “que serviam de cordões umbilicais dos usuários com os

---

<sup>5</sup> Defini-se não-lugar como sendo todos os lugares onde há disponível a conexão com a internet e o uso de tecnologias digitais móveis que permitem ao jornalista não estar apenas nas redações para a produção de notícias.



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

computadores” (GALANTE; GUARESCHI, s.d, p.4), mas a qualquer lugar onde haja o aparato tecnológico e a conexão, para adentrar no virtual que “é a desterritorialização do espaço físico e da materialização do imaginário” (GOMES, s.d, p.4).

Qualquer local é um terreno fértil para as pautas e as redações *online* que tem como características a descentralização e a flexibilidade chamado de *mobile journalist workstation*, por PAVLIK (2001). Com a reconfiguração do trabalho diário dos jornalistas em relação ao lugar, com as novas plataformas conectadas e com as notícias em tempo real, uma das modificações foi ao do fim do conceito de *deadline*<sup>6</sup> dos repórteres, nos canais online. É o jornalismo instantâneo, no qual o jornalista tem que escrever mais rápido, com um bom texto e com a maior quantidade de detalhes possível sobre o assunto em pauta.

Lemos (2009) comenta que o jornalismo móvel é um exemplo de como a produção de notícia respondeu ao aparecimento dos pequenos equipamentos, dotados de muitas funções e que esse jornalista pode ser chamado “jornalista de bolso”, “jornalista de mochila” ou “backpck”, que possui o celular como produtor, emissor, receptor e até como consumidor de informações. A difusão e produção são para Silva (2008, p.6), duas modalidades complementares “que fazem parte do jornalismo móvel” e descrevem de forma mais próxima “este fenômeno por se constituir em uma prática jornalística que se utiliza da web móvel e de aparelhos como celular em condições de mobilidade”.

Com a convergência de funções embutidas nos aparelhos, tais como câmera fotográfica e de vídeo, *web browser*, editor e visualizador de textos em vários formatos, conexões 3G, *Wi-Fi* e *Wi-Max*, o celular ou o conjunto de tecnologias móveis torna-se uma plataforma móvel ideal para a prática jornalística pela sua capacidade multimídia como dispositivo híbrido (SILVA, 2009, p.76).

Nesse contexto de consumo e produção de notícias, os aparelhos multifuncionais acompanham as pessoas a qualquer lugar e isso muda, profundamente, não só as possibilidades tecnológicas, mas também a forma com que a sociedade se relaciona com as mídias. Esse é um dos pontos que toca a questão da mobilidade física e resulta na

---

<sup>6</sup> O jornalismo mobile tendo como uma de suas características a instantaneidade, o conceito de *deadline* deixou de existir. As notícias devem ser produzidas e postadas imediatamente. Essa característica dos meios digitais conectados causaram uma disrupção no processo de produção e divulgação da notícia.



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  FAPESP



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

informacional, que é o acesso aos dados, reconfigurando a dinâmica tradicional de produção e do consumo de notícias.

A convergência estimulou o processo de transformação dos meios de comunicação e a integração dos aparelhos móveis, miniaturizados e conectados com as mídias e com os sujeitos. E a partir de então, Pellanda (apud GALANTE, GUARESCHI, s.d, p.2) afirma que “desta maneira se junta através da técnica três anseios do homem da contemporaneidade: a rapidez, a eficiência de locomoção e o permanente contato com os demais membros da comunidade”. Os três elementos só são possíveis com a conexão à internet.

O jornalismo móvel promete dar mobilidade e instantaneidade, por meio da atualização contínua de conteúdo. Por outro lado, o indivíduo precisa estar conectado para que o consumo das notícias seja ininterrupto. Pellanda (2009, p.17) afirma que esta conexão precisa ser “*always on*”, ou seja, permanente para que seja possível a otimização na distribuição e na colaboração de informações.

Com o recurso da telefonia via satélite, a mobilidade e a instantaneidade tiveram seu lugar instituído no jornalismo. A notícia, segundo Pavlik (2001) está em um constante estado de fluxo com atualizações feitas continuamente. Para o consumo não é necessário esperar mais pelo horário do telejornal, ou a vez de ler o jornal impresso. As notícias estão na web, disponíveis de forma mais eficiente, com o uso dos hiperlinks. O comportamento do usuário mudou em relação às notícias, agora *online* e ubíquas. Outro movimento pertinente no fluxo de notícias são os compartilhamentos de posts que otimizam o alcance.

Bradshaw (2014, p.119) afirma que “no online, a distribuição é dominada por duas infraestruturas principais: as ferramentas de busca e as redes sociais”.

Novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas no mundo das telecomunicações e da informática. As relações entre os homens, o trabalho, a própria inteligência dependem na verdade da metamorfose incessante dos dispositivos informacionais de todos os tipos (LÉVY, 1993, p.7).

A chamada “era pós-PC” (SILVA, 2015), que trata da ubiquidade e “da expansão dos serviços em nuvem como iCloud, Dropbox, Google Drive e similares” favoreceram a





## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

potencialidade do jornalismo e da mobilidade. Silva (2015, p. 23) pontua algumas combinações do avanço tecnológico que favoreceram a visibilidade desse contexto

- a. Emergência dos dispositivos portáteis como memória *flash* como os *tablets, smartphones e e-readers*;
- b. A sincronização de arquivos através de aplicativos multiplataformas como iCloud e Dropbox ou de acesso em nuvem como o Google Drive para produção *on-line*;
- c. Os aplicativos (apps) dinâmicos para acesso, produção / edição ou geolocalização e distribuição de conteúdos; e
- d. O crescimento e aperfeiçoamento da banda larga móvel 3G e 4G.

A indústria da tecnologia miniaturiza e potencializa os chips e os suportes, projeta e fabrica telas com maior definição e menor tamanho e aumenta a conectividade e a velocidade abrangendo novos lugares e usando cabos de fibra ótica. Essas ações aumentam a tendência para que as mídias migrem para esses novos displays, na busca da audiência. Os equipamentos portáteis e conectados são fundamentais no processo de alcance do jornalismo móvel e digital.

O armazenamento em nuvem permite que os dados e assim, a memória deixe os *Hard Disk* (HDs) e servidores e estejam disponíveis em ambientes virtuais facilitando a pesquisa e tornando real o que Manuel Castells chama de Sociedade em Rede (1999). Lemos (2009a, p.90) afirma que com o *upload* de informações para o ciberespaço, as informações na Rede estão disponíveis para todos, onde acontece a “virtualização do mundo fora do lugar”, criando os territórios informacionais e a memória<sup>7</sup> tecnológica. “Acresce-se o fato de que na Web a memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõe”, complementa Palácios (2003, p.4). Em consenso, Lévy afirma que “o ciberespaço é por excelência o meio em que os atos podem ser registrados e transformados em dados exploráveis” (1996, p.63), lugar onde o sujeito pode consumir e também produzir conhecimento, assim, tornar-se um interlocutor nos processos comunicacionais. Lévy afirma ainda que “o ciberespaço oferece instrumentos de construção cooperativa de um contexto comum em grupos

---

<sup>7</sup> Memória caracteriza a capacidade de reter ou lembrar informações. A internet e os dispositivos de armazenamento de informações como os computadores e HDs acabam se tornando extensões do corpo, aumentando a capacidade do cérebro humano, conforme defende McLuhan (1964).



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

numerosos e geograficamente dispersos” (1996, p.113). Palácios (2003, p.8) sintetiza a característica da memória no jornalismo contemporâneo ao afirmar que

Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (instantaneidade e interatividade) e de grande flexibilidade combinatória (hipertextualidade), o jornalismo tem na Web sua primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa.

Para Silva (2015, p.24), esse movimento acontece na era “pós-PC” criando uma nova infraestrutura no qual pontua sendo como as redes e a de dispositivos conectados, “que afetam as formas de lidar com os dados (fotos, vídeos, textos), não mais alocados no *hardware* para *upload*, mas sim nos sistemas on-line (na nuvem) com instantaneidade de processamento”.

Os apps ou os conteúdos responsivos (em formato web app, em linguagem HTML5) têm em sua natureza a lógica atualizada com os princípios da computação ubíqua (SILVA, 2015, p.24), principalmente por estarem dotados, em grande parte, com a ferramenta da geolocalização, que está sempre conectada a um lugar. Os aplicativos (apps) são exemplos de consumo segmentado de notícias, de jornalismo móvel e convergente e de proximidade. “As mídias móveis são também propulsoras de um novo ciclo de inovação, no qual surgem os produtos aplicativos (Apps) jornalísticos para tablets e smartphones” (BARBOSA, 2013, p.42).

O que diferencia os apps é a segmentação. O indivíduo determina o que é quais os assuntos, editoriais e canais que são de sua preferência. Dessa forma, a plataforma é personalizada e se torna segmentada.

Os limites passam a ser a capacidade humana de gerar, disponibilizar e interligar informação, bem como de selecioná-la para consumo, numa situação em que a escassez não é mais crono-espacial, mas está regida pela ‘economia da atenção’: vivemos uma era de pós-escassez de informação e escassez de ‘consumidores possíveis’ para o imenso volume de material cultural, de todo tipo, produzido e disponibilizado na web (PALÁCIOS; RIBAS, 2007, p.36).

A geolocalização pode fazer parte das notícias. Mas, em uma primeira observação se constatou que o recurso de geolocalização está presente, principalmente, em apps





## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

comerciais e não de conteúdo. Observação que será oportunidade para um próximo estudo.

A conexão do jornalismo e da geolocalização, foi denominado por Weiss (2014) como *Spatial Journalism* e definido como os “tipos de informações que incorporam um lugar, espaço e/ou localização (física, aumentada e virtual) para o processo e prática do jornalismo”, sendo que o principal objetivo é que o consumidor de notícias pode ser informado sobre o que está acontecendo ao seu redor, através de um app, que fornecerá informações a partir do lugar de localização. O segundo passo, para a autora, é a possibilidade de que o jornalismo *crowdsourcing* seja possível, em uma construção coletiva da informação, onde o indivíduo não edita o conteúdo noticiado pelo jornalista, mas pode complementá-la. E de fato realizar-se uma interação real e dialógica (PRIMO, 2011).

A proximidade com o lugar sai apenas da informação que consta no lide e passa a ser automático, com a identificação do app a partir do local do acontecimento ou de onde se está.

Tendo como premissa a interação possível com a prática do *Spatial Journalism*, Renó afirma que a comunicação massiva deixou de existir e, que vivemos o momento da comunicação democrática, “de muitos a muitos, onde nós podemos ser os meios” (2012, p.197). Consequentemente, “as mudanças tecnológicas não chegam somente na estrutura dos meios, mas também nos processos, nas linguagens e nas relações entre emissor e receptor” (2012, p.197).

Contudo, há um requisito para o uso da geolocalização, da mobilidade e da proximidade no jornalismo, a velocidade da conexão com a Internet. Um desafio quando o assunto é o Brasil ao falar de conexão 3G e 4G em todo o território. Porém, a Anatel demonstrou em números a expansão da mobilidade física e informacional por meio da telefonia celular, conforme expõe Silva (2015, p.15).

O país fechou 2014 com 280 milhões de linhas para telefones móveis, ultrapassando o número de habitantes em termos de teledensidade (137,93 acessos na consideração por 100 habitantes). No tocante à banda larga móvel, em 2013 foram 103,11 milhões de acessos com a ampliação da participação das tecnologias 3G e 4G. A Anatel (2014) revela que, em 2013, o 3G cresceu 75,85%, enquanto o 4G cresceu 8.808,79% no período de implantação no Brasil



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

entre março e dezembro de 2013, sendo que a tecnologia 2G perde espaço. Enquanto que em 2014, entre janeiro e dezembro, o crescimento da quarta geração de telefonia (o 4G) foi de 416% em relação a 2013 (ANATEL, 2015). Esses dados configuram um cenário de ‘mundo móvel’ e de um território informacional através da infraestrutura de telefonia.

Todas essas características comprovam que a sociedade vive no momento da Cultura da Mobilidade, que tem como características “a mobilidade de pessoas, objetos, tecnologias e informação sem precedente” (LEMOS, 2009, p.28) e está em dimensões fundamentais: o pensamento, a desterritorialização, a física e a informação. “Não podemos dissociar comunicação, mobilidade, espaço e lugar” (p.29).

Nesse ambiente, o jornalismo se tornou uma mídia locativa, definido por Lemos (2007, p.1) como

[...] um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. Locativo é uma categoria gramatical que exprime lugar, como ‘em’, ‘ao lado de’, indicando a localização final ou o momento de uma ação. As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais até então inédita.

As mídias locativas assim como o *Spacial Journalism*, conferem informações a lugares e criam novas possibilidades de notícias e informações não mais a partir, apenas, de assuntos, mas a partir da localização. Para Lemos as funções das mídias locativas são para “monitoramento, vigilância, mapeamento, geoprocessamento (GIS), localização, anotações ou jogos” (2007, pp.1-2). O autor também diferencia as mídias locativas digitais e as analógicas, no qual pontua como exemplo uma placa na fachada de um estabelecimento, como a analógica, pois também fornece uma informação a um lugar. Contudo ela é estática, enquanto a digital pode disponibilizar opiniões de clientes, menu ou promoções, que estarão disponíveis na web (pp.2-3). O quadro abaixo diferencia ambas (LEMOS, 2007, p.7).

MÍDIA LOCATIVA DIGITAL	MÍDIA LOCATIVA ANALÓGICA
Personalização da informação, identificação	Informação massiva genérica sem <i>feedback</i>



# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio: 



Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

do usuário. Mídia “ <i>smart</i> ”.	ou processamento.
Dados digitais e banco de dados com informações de contexto local.	Dados primários estáticos.
Emissão por redes sem fio e captação em dispositivos móveis. Pervasiva e sensível.	Estática, “visita ao acaso”.
Processamento e customização da informação (controle, monitoramento, personalização).	Não processa informação.
Dados variáveis e modificáveis em tempo real.	Dados estáveis.

A característica fundamental das mídias locativas é que elas aliam, paradoxalmente, localização e mobilidade. Movimentar é sempre “deslocar”, o que poderia levar rapidamente à ideia de um apagamento dos lugares. No entanto, o deslocamento (mobilidade física e informacional) não significa, necessariamente, o desaparecimento da dimensão espacial em sua materialidade e suas dimensões sociais, políticas, econômicas. Antes, as mídias locativas, pelas trocas informacionais no espaço urbano, criam novos sentidos dos lugares (LEMOS, 2009, p.91).

As mídias locativas formaram um novo território informacional disponível no ciberespaço e se dá pelas redes sem fio e pelos suportes móveis (LEMOS, 2007, p.12).

Hoje, nas cibercidades contemporâneas, estamos assistindo a expansão de experiências de localização e de tratamento inteligente da informação a partir de dispositivos sem fio que aliam mobilidade, personalização e localização, criando novas práticas do espaço. As mídias locativas, como vimos, permitem a troca de informação em mobilidade fornecendo dados dinâmicos sobre um determinado ambiente, resignificando-o. Cibercidade é a cidade na cibercultura.

O redimensionamento dos lugares é possibilitado e estimulado pela mobilidade, criando um território informacional. Os processos jornalísticos estão sendo fortemente impactados, em grande parte, pelas disruptivas tecnologias digitais conectadas móveis. Para Pavlik e Brigdes (2013), a mídia mobile está dramaticamente mudando as possibilidades de produção e consumo de conteúdos jornalísticos.

Serviços baseados em localização-ciente e aplicativos de notícias dotados da geolocalização estão sempre conectados a um lugar. Nesse ponto convergem a tecnologia, o jornalismo móvel e o regional. E é a partir deste momento que o



# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

jornalismo contemporâneo adquire novas características como memória, instantaneidade, interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia e ubiquidade (CANAVILHAS, 2001; 2014).

Com as novas tecnologias, a conexão ubíqua e a convergência dos meios, o jornalismo reconfigura não só a distribuição das notícias, as redações, o cotidiano do jornalista, mas também a relação com o público em pelo menos duas perspectivas

- a. Demandar atualizações mais constantes ao também consumir notícias e redes sociais em dispositivos móveis;
- b. Poder participar da produção jornalística (via WhatsApp ou por outros meios de interação) contribuindo com conteúdos e informações que podem se transformar em notícias de repercussão. Os novos modos de mobilidade são substancialmente mais conectados com os arranjos da computação em nuvem e com a geografia da comunicação que se vislumbra [...] (SILVA, 2015, p.26).

No contexto do jornalismo contemporâneo e imediato há a possibilidade da interação, definida segundo Rost (2014, p.55), “[...] como a capacidade gradual que um meio de comunicação tem para dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”. O autor pontua que há a interação seletiva e a comunicativa (pp.56-57). A seletiva acontece ao acessar os hipertextos, a busca de dados em sites e as funções de *touch* dos aparelhos. Tem relação direta com a aceitação daquilo que é oferecido ao sujeito. A interatividade comunicativa implica na geração de conteúdo e expressão do indivíduo, que se torna público e que tem o objetivo de “dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros” (p.58). Para Jenkins (2009, p.30), quando a interação se dá em plenitude os papéis de produtores e consumidores não devem ser distintos, mas “participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo”.

## Conclusão

Portadores de tecnologia amigável e intuitiva, os *smartphones* e *tablets* estimulam o jornalismo móvel devido às características de “imediatez e a instantaneidade”



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

(LEMOS, 2009, p.29) presente não só no conceito tecnológico, mas também informacional.

Esse formato de jornalismo, denominado móvel e digital (SILVA, 2015), possui características que conferem uma ligação direta e efetiva com a convergência, com as novas tecnologias, com suportes e plataformas, com a velocidade de conexão e com mecanismos como a geolocalização.

Com o jornalismo contemporâneo reconfigura-se o papel do jornalista e institui-se um amplo espaço para o jornalismo de código aberto, participativo e construído, que se chamou neste artigo de jornalismo *crowdsourcing* e tem o objetivo de fazer o sujeito um interlocutor. Processo possível nos apps, por meio da geolocalização.

A internet, de caráter convergente, representa uma mudança de paradigma e abre espaço para integrar, difundir e adaptar outras mídias por vários canais e por múltiplos modos de acesso. Ela faz possível a metamorfose dos meios tradicionais de comunicação que tinham o conceito de produção de massa (de um para muitos) e passa a permitir uma comunicação simultânea, horizontal, interpessoal e participativa, com um caráter mais pessoal, conforme Lorenz (2014, p.137) afirma ao dizer “o futuro da oferta de informação irá diferenciar-se entre a comunicação para muitos, para poucos ou apenas para um leitor” (2014, p.137). Para ele a personalização tem como objetivo responder às necessidades individuais e “a ideia principal é reunir, classificar e filtrar o conteúdo disponível, incluindo as notícias mais interessantes” (p.138).

Esta proximidade pode ser alcançada com o uso de um jornalismo que vincula notícias “cruzando diversas fontes, oficiais, profissionais e cidadãs à geolocalização. Não é preciso insistir muito sobre a importância da localização da notícia” (LEMOS, 2009, p.12).

É apropriado afirmar que o jornalismo está em mutação, conforme citado no que se refere às novas características como memória, instantaneidade, interatividade, personalização, hipertextualidade, multimídia e ubiquidade (CANAVILHAS, 2001; 2014), mas também nas narrativas, na estética, no papel do jornalista, na participação cidadã e nos critérios de noticiabilidade.



# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

Pretende-se, com este artigo, estimular a discussão sobre o lugar do sujeito neste processo e analisar as práticas e apropriações do jornalismo contemporâneo, móvel e digital.

## Referências

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism: Converging competences of old and new media professionals**. In: Australian Journalism Review 23 (2), 2001, pp. 91- 103. Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.8231&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em 04/03/15.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João M. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=602](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602). Acesso em 10/01/15.

\_\_\_\_\_. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 15 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GALANTE, Cláudia; GUARESCHI, Pedrinho. **Convergência midiática: uma nova forma de participação democrática**. Artigo apresentado no XV Abrapso, s.d. Disponível em [http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/369.%20converg%Cancia%20midiatica.pdf](http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/369.%20converg%Cancia%20midiatica.pdf). Acesso em 23/02/15.

GOMES, Marcelo B. **A convergência das Mídias**. Disponível em [www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-marcelo-a-convergencia-das-midias.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomes-marcelo-a-convergencia-das-midias.pdf). Acesso em 23/02/15.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Nova esfera Conversacional**. In: KÜNSH, D. A.; SILVEIRA, S.A., *et al.* **Esfera pública, redes e jornalismo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009. Disponível: em <http://andrelemos.info/artigos/conversacao.pdf>. Acesso em 19/09/15.

\_\_\_\_\_. Arte e mídia locativa no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (Orgs). **Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: Edufba, 2009a.

\_\_\_\_\_. **Cultura da mobilidade**. Porto Alegre: Revista Famecos, n.40, dezembro de 2009b, pp-28-35.





# Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

\_\_\_\_\_. **Cidade e mobilidade.** Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. Matrizes: USP, v.1, n.1, 2007, pp.121-137. Disponível em [www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/29143](http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/29143). Acesso em 07/02/15.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed.34, 1993.

\_\_\_\_\_. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed.34, 1996.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: O Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do Jornalismo Digital.** Salvador-BA: Calandra, 2003.

PALÁCIOS, Marcos; RIBAS, Beatriz. **Manual de laboratório de jornalismo na Internet.** Salvador : EDUFBA, 2007.

PAVLIK, John V. **Journalism and new media.** 2001. Disponível em [http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism\\_and\\_new\\_media.pdf](http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf). Acesso em 03/03/15.

PAVLIK, J. V.; BRIDGES. The Emergence of Augmented Reality (AR) as a Storytelling Medium in Journalism. **Journalism & Communication Monographs**, 2013.

PELLANDA, Eduardo C. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (Orgs). **Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.** Salvador: Edufba, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** 3 ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RENÓ, Denis P. **Jornalismo transmídia: uma realidade.** In: LONGHI, Raquel; d'Andréa, Carlos (Org). **Jornalismo convergente: reflexões, apropriações, experiências.** Florianópolis: Insular, 2012.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SILVA, Fernando F. da. **Jornalismo e tecnologias da mobilidade: conceitos e onfigurações.** Artigo apresentado no II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber, de 10 a 13 de novembro de 2002. Disponível em <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Fernando%20Firmino%20da%20Silva.pdf>. Acesso em 15/01/15.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano.** Artigo apresentado no VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, na Umesp, em novembro de 2008. Disponível em <http://www.academia.edu/869967/jornalismo-live-streaming-tempo-real-mobilidade-e-espaco-urbano.pdf>. Acesso em 15/01/15.

\_\_\_\_\_. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio (Orgs). **Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.** Salvador: Edufba, 2009.



## Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva

Apoio:  

Volume 2, Número 1, Ano 2016  
ISSN: 2358-4513

\_\_\_\_\_. Repórteres em campo com tecnologias móveis conectadas. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Orgs). **Jornalismo e Tecnologias móveis**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros Labcom, 2013.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo móvel digital**: Uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Tese apresentada na Universidade Federal da Bahia – UFBA, 2013. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>. Acesso em 13/01/15.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015

WEISS, A. S. <http://pt.slideshare.net/digitalamysw/ica-presoschmitzweisspatialj2014>. Acesso em 27/01/15.