

JORNALISMO UBÍQUO E SMARTPHONES: UMA ANÁLISE DE POTENCIALIDADES NOS JORNAIS EL PAIS E O ESTADO DE S. PAULO

UBIQUITOUS JOURNALISM AND SMARTPHONES: AN ANALYSIS OF POTENTIALITIES IN EL PAIS AND O ESTADO DE S. PAULO NEWSPAPERS

PERIODISMO UBICUO Y SMARTPHONES: UN ANÁLISIS DE POTENCIALIDADES EN LOS PERIÓDICOS EL PAÍS Y EL ESTADO DE SÃO PAULO

156



Stefanie Carlan da Silveira

■ Jornalista, Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), professora adjunta do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

■ E-mail: me@ssilveira.com.

RESUMO

Ao longo dos tempos, a produção jornalística precisou se adaptar à evolução tecnológica. Na atualidade, os dispositivos móveis digitais e a conexão ubíqua criam diferentes possibilidades de formatação e distribuição de conteúdo. Os *smartphones* oferecem qualidades importantes para a redefinição do consumo de informação na atualidade, entre elas estão a portabilidade, a ubiquidade e a sensibilidade ao contexto do usuário. A partir dessa compreensão, apresentamos o conceito de jornalismo ubíquo e seus elementos que servem de base para investigar a apresentação do conteúdo nos aplicativos dos jornais *El País* e *O Estado de S. Paulo*.

PALAVRAS-CHAVE: JORNALISMO UBÍQUO; SMARTPHONES; APLICATIVOS; UBIQUIDADE.

ABSTRACT

Over the years, the news production has had to adapt itself to technological evolution. Nowadays, digital mobile devices and ubiquitous connection create different possibilities of formatting and distributing content. Smartphones offer important qualities for today's information consumption redefinition, among which are portability, ubiquity, and user context sensitivity. From this understanding, we present the concept of ubiquitous journalism and its elements which are used to investigate the content format in the *smartphone* applications of *El País* and *O Estado de S. Paulo* newspapers.

KEYWORDS: UBIQUITOUS JOURNALISM. SMARTPHONES. APPLICATIONS. UBIQUITY.

RESUMEN

Con el tiempo, la producción de noticias tuvo que adaptarse a la evolución tecnológica. En la actualidad, los dispositivos móviles digitales y la conexión ubicua crean diferentes posibilidades de distribución de contenido. Los teléfonos inteligentes ofrecen cualidades para la redefinición de consumo de información, entre ellas están la portabilidad, la ubicuidad y la sensibilidad al contexto del usuario. A partir de este conocimiento, presentamos el concepto de periodismo ubicuo y sus categorías que sirven de bases para investigar el formato del contenido en las aplicaciones de los periódicos *El País* y *O Estado de São Paulo*.

PALABRAS CLAVE: PERIODISMO UBICUO; TELÉFONOS INTELIGENTES; APLICACIONES; UBIQUIDAD.



1. Introdução

Este trabalho tem como objeto de pesquisa a investigação acerca das características específicas e potencialidades dos dispositivos móveis digitais com relação ao jornalismo. Para que a discussão sobre este objeto possa se concretizar, estabelecemos como etapas e, conseqüentemente objetivos, a apresentação do conceito de jornalismo ubíquo e suas características que servirão como procedimento metodológico e instrumento de observação e análise da parte empírica do trabalho. Nela, nossa investigação se posiciona sobre os aplicativos para *smartphones* dos jornais *El País* Estado de S. Paulo. A escolha por estes objetos se deu em função da busca por um comparativo internacional e nacional entre grandes referências do mercado de jornalismo com legado anterior à internet.

De acordo com Katz (2008), os dispositivos móveis digitais são responsáveis por modificações no espaço público e também no comportamento dos consumidores. Para ele, o estudo sobre os dispositivos móveis digitais é fundamental na medida em que, a partir disso, podemos compreender suas dinâmicas de uso, os formatos de conteúdo difundidos através deles e também as transformações que se estabelecerão na coletividade. Katz utiliza o termo “*apparatgeist*”, junção de dispositivo e espírito, para se referir a uma possível “era do telefone móvel”, à medida que os usuários transformam suas vidas e seus comportamentos a partir desses artefatos, atribuindo a elas, inclusive, qualidades transcendentais, onde o usuário vê o celular como uma “mente externa” e auxiliar.

É por esse processo de transformação no consumo de conteúdo ser tão afetado e transformado a partir da inserção desses novos atores não humanos no contexto, que acreditamos ser importante encontrar uma forma de compreender o jornalismo a partir de um conceito que abarque, de forma mais ampla, todas es-

sas alterações vividas nos últimos anos. Neste sentido, adotamos neste trabalho o conceito de jornalismo ubíquo e suas características. Este construto teórico serve de base fundamental para a análise empírica que empreendemos ao final do texto e que apresenta uma amostra de como produtos jornalísticos se apropriam de potencialidades fundamentais dos dispositivos móveis digitais.

2. Jornalismo ubíquo

O jornalismo costuma ser tipificado por terminologias e conceituações que se constituem, entre outras coisas, a partir do entendimento do seu suporte técnico. Essas denominações, no entanto, não carregam consigo apenas a questão do suporte, mas também de um modelo de produção e características específicas do produto final. Em trabalhos anteriores¹, aprofundamos nossa construção histórica acerca do conceito de jornalismo ubíquo e justificamos a terminologia utilizada. Aqui, apresentamos o conceito a partir da proposta desenvolvida por Salaverría (2016a). O autor apresenta o conceito como o jornalismo “que estará ao alcance das pessoas em todo momento e lugar, e se adaptará automaticamente a seus interesses e necessidades”. Para o pesquisador, o jornalismo móvel é uma antecipação do jornalismo ubíquo, no entanto, esse último ultrapassará as limitações do anterior e a relação entre conteúdo e usuários não será apenas de consulta, mas sim personalizada, oferecendo possibilidades precisas aos interesses e ao contexto pessoal.

Neste jornalismo onipresente, que se distingue pouco a pouco graças aos múltiplos sensores e telas que nos rodeiam, a informação sai ao encontro dos usuários, poupando o esforço de busca-la. Por isso é algo mais do que um simples jornalismo móvel. Não se trata apenas de o usuário ter consigo um

¹ Ver Silveira 2017a, 2017b.

dispositivo a partir do qual possa consultar periodicamente a informação; na realidade, o jornalismo ubíquo proporciona uma oferta informativa personalizada e ininterrupta, que se mostra sem a necessidade de que cada usuário a solicite, através das telas que sucessivamente aparecem em seu caminho (em casa, no trabalho, num veículo de transporte, em um hotel...). [...] Os últimos avanços no âmbito da domótica e da internet das coisas apontam exatamente nessa direção: tanto o consumo como a produção de conteúdos jornalísticos se realizará num sistema interconectado de dispositivos que permitirá uma comunicação cada vez mais corpórea com a informação – através da voz, dos gestos, do movimento dos olhos ou, quem sabe, pelo poder da mente (Salaverría, 2016a, p.259-260)².

O contexto atual consiste na mobilidade aliada à conexão ubíqua e contínua do leitor e em todas as transformações que o hibridismo dos espaços gera nas relações de leitura, interação, produção, distribuição e localização de conteúdo. Jensen (2013) explica que a mídia e as práticas comunicativas já são móveis há muito tempo, o diferencial dos telefones celulares e outros artefatos de tecnologia digital móvel é a possibilidade de construir interações significativas dentro de uma nova e ampla gama de contextos. Ou seja, é a possibilidade de interagir aliando espaços físicos e digitais, rompendo as barreiras de tempo e espaço, ampliando o alcance das ações e fazendo tudo isso em diversos contextos em conexão ubíqua e permanente.

O conceito de jornalismo ubíquo proposto por Salaverría (2016a) é mais amplo e complexo do que vemos aplicado, em geral, nos produtos jornalísticos existentes até o momento para dispositivos móveis. O próprio autor problematiza essa questão dizendo que a resposta dos veículos às transformações possibilitadas pela tecnologia tem sido pequena. Alguns exemplos existentes

2 Tradução da autora.

são adaptações nos sites para tornarem-se responsivos³, aplicativos criados em linguagem HTML⁴ e notificações por *push*, no entanto, essas possibilidades ainda estão distantes do potencial completo possibilitado por esses artefatos. “Pode-se dizer que, mais que elaborar publicações para dispositivos móveis, [as empresas] têm se contentado com re-empacotar suas publicações *web*. Esta forma de explorar a relação entre jornalismo e dispositivos móveis é insuficiente” (Salaverría, 2016a, p.258-259)⁵.

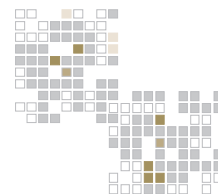
Para o autor, os dispositivos funcionam como auxiliares na hora de produzir jornalismo, alterando e transformando as rotinas de produção. No entanto, apesar de fazerem um uso considerável desses artefatos na esfera da produção, as empresas ainda pecam nas instâncias de circulação e consumo, na medida em que essas extrapolam o limite do dispositivo móvel e envolvem toda a estrutura, cultura e estratégia da empresa. Entre as possibilidades pouco ou nada aproveitadas pelas empresas nessa área, Salaverría (2016a) cita como exemplos a geolocalização, os dispositivos vestíveis, tradutores automáticos, *drones*, algoritmos, *web* semântica e realidade aumentada. Além disso, a própria funcionalidade do dispositivo enquanto um sensor, uma fonte de informação sobre o usuário, também não parece estar sendo levada em consideração pelas empresas.

Construir conteúdos para dispositivos móveis digitais e distribuí-los ao público não é simplesmente tornar menor o texto e mais rápido o carregamento da tela. A experiência não é apenas menor em função da tela, mas sim outra, comple-

3 Sites responsivos são aqueles que se adaptam a qualquer tamanho de tela.

4 HTML 5 indica a quinta versão da linguagem de programação para web, HTML. Este tipo de código permite estruturação e apresentação do conteúdo em formatos mais amigáveis e com possibilidades que antes estavam atreladas a outros tipos de linguagem já em desuso. Sua vantagem é ser capaz de criar interfaces leves e multimídia.

5 Tradução da autora.



tamente diferente e transformada do que se conhecida anteriormente. O produto do jornalismo ubíquo não é simplesmente uma versão menor daquele para o *desktop*, mas sim aquele que se adapta aos contextos de vida e consumo do usuário que está imerso em condições de mobilidade, portabilidade e ubiquidade.

2.1 Potencialidades dos dispositivos móveis no jornalismo ubíquo

Haugen (2013) propõe uma série de elementos que diferenciam as características de aplicativos para dispositivos móveis digitais dos produtos que são criados para computadores pessoais. Inicialmente, ele aponta a diferença mais evidente que é o tamanho da tela. No computador pessoal, o espaço para apresentação de conteúdos é muito maior, além disso, os conteúdos são acessados pelo *software* navegador o que faz com que o *design* da informação seja independente do sistema operacional do aparelho. Nos *smartphones*, por exemplo, a realidade é bastante diferente, pois os produtos precisam se adaptar não somente ao sistema operacional que está sendo utilizado (*Android*, *iOS*, *Windows*), como também aos múltiplos e diferentes tamanhos de tela disponíveis no mercado. Com isso, a quantidade de informação exibida é, normalmente, dividida em pedaços menores, além de possuir uma lógica de navegação diferente da que é pensada para a tela do *desktop*.

Os padrões de interação dos *smartphones* são bastante diferentes daqueles que ocorrem num PC, normalmente controlado por um teclado e um *mouse*. O telefone é controlado com as mãos, utilizando uma interface tátil, além disso, o teclado do *smartphone* é muito menor, fazendo com que ações que demandam a digitação de muitas palavras se tornem mais onerosas aos usuários. Outra facilidade que o *mouse* oferece é a possibilidade de colocar o ponteiro em cima de alguma informação da tela e descobrir mais dados sobre o que pode ser acessado a partir dali. Este tipo

de funcionalidade, costumeiramente chamado de “*hover*” ou “*mouse-over*” (flutuar, pairar, em tradução literal), não existe quando a tela é controlada com o dedo, fazendo com que seja necessário criar um outro tipo de interação que ofereça ao usuário estas mesmas informações⁶.

A interface tátil, no entanto, traz vantagens nas suas formas de interação como a interação direta com o elemento da tela, gestos, toques e ações que são disparadas a partir do movimento do dispositivo (girar a tela, ligar a câmera ou a lanterna, mostrar as horas). Além disso, alguns dos *smartphones* mais atuais são capazes, inclusive, de responder a comandos de voz sem a necessidade de serem ativados com o toque da mão.

Uma das diferenças mais essenciais entre *smartphones* e computadores pessoais é a mobilidade e a conexão ubíqua. Já mencionamos a diferença entre a mobilidade dos dispositivos móveis digitais e aquela que possuíamos em outros suportes, todavia, vale destacar que, em se tratando de interações, esta característica traz possibilidades como: acesso à localização do usuário com exatidão, acesso por parte do usuário a localizações de outros usuários, conexão ubíqua (embora mais custosa do que a conexão residencial), consumo de informações praticamente contínuo e ininterrupto (o usuário pode receber notificações de conteúdo 24 horas por dia), uso da câmera como escâner de códigos e *QR Codes*, entre outros.

Para atender aos requisitos do trabalho, apresentamos a seguir um compilado de propriedades que fazem parte das potencialidades dos dispositivos móveis com relação ao jornalismo ubíquo. A seleção foi realizada a partir da revisão bibliográfica do estado da arte dos estudos em jornalismo, mobilidade e ubiquidade com suas respectivas transformações ao longo dos anos, unindo propostas de vários e diferentes autores (Saffer, 2009; Bertocchi, 2014, 2016; Ramos, 2011; Resminie

⁶ Para conhecer todos os padrões de interação e gestos utilizados em interfaces gestuais ver Saffer (2009).



Rossati, 2011; Burgos, 2013; Lemos, 2012, Palacios Cunha, 2012; Silveira, 2016a, 2016b; Garrett, 2011; Norman e Nielsen, 2010). São elas:

a) geolocalização: identificação da localização geográfica do usuário e uso deste tipo de informação para oferecer conteúdo contextualizado. Se o sujeito utiliza o celular dentro do metrô para descobrir a causa do atraso do trem, por exemplo, é porque o local que ele ocupa naquele momento e o contexto de sua conexão – transporte público, deslocamento para outro endereço, divisão de espaço com outras pessoas – são determinantes para o consumo de informação.

b) conexão entre dispositivos: uso da capacidade do dispositivo de se vincular a outros artefatos conectados à rede de qualquer natureza (*smartphones*, *tablets*, carros, relógios, geladeiras) para enriquecimento do conteúdo. Os dispositivos móveis digitais não atuam somente como artefatos para consumo de conteúdo, mas também como sensores capazes de capturar diversas informações sobre o contexto de uso e enviar estes dados para outros sistemas conectados.

c) navegação em camadas: apresentação do conteúdo com diferentes níveis de profundidade, oferecendo ao leitor a possibilidade de aprofundamento na informação de acordo com a sua vontade, necessidade e contexto. O conteúdo precisa ser apresentado de uma forma que permita ao leitor ter uma ideia do que está sendo noticiado com opções de ignorar o material, seguir a leitura ou aprofundar-se efetivamente no tema, todas elas em formatos adequados ao dispositivo móvel digital;

d) personalização e fluxo de conteúdo: oferecimento ao usuário da possibilidade de definir quais conteúdos quer receber e quando, ou ainda, uso de algoritmos para construção de perfis dos leitores, levando em consideração seu hábitos e preferências, ou ainda, envio de informação curada por editores humanos de acordo com o perfil do usuário. Essa funcionalidade também inclui a capacidade de armazenar conteúdos já

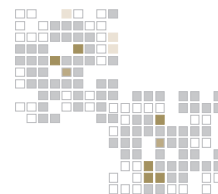
vistos pelo usuário e consequentemente não repeti-los, ou ainda, habilidade de oferecer leitura *offline* e programada. Outro elemento que pode ser visto nesta personalização potencializada é o envio de notificações a partir da autorização do usuário levando em consideração o contexto do leitor e também suas preferências e hábitos de consumo;

e) redistribuição: facilitação da possibilidade de compartilhar conteúdos com outros aplicativos sem necessariamente precisar sair do primeiro. A característica do usuário ativo de atuar diretamente na redistribuição de conteúdos e no caminho que a narrativa percorre depois de sua visualização na interface é crucial no jornalismo contemporâneo, os aplicativos precisam facilitar o compartilhamento de seus conteúdos a partir do próprio serviço.

f) contextualização: o aplicativo é capaz de compreender o contexto do usuário, tanto de localização, quanto de momento de uso e com isso envia informações ligadas à interação pontual que está ocorrendo. Em 2015, o *Google* apresentou um estudo⁷ sobre o que convencionou chamar de micromomentos. O estudo indica que os *smartphones* ativam novas formas de realizar tarefas cotidianas e também de aprendizado. Os números do relatório indicam que os usuários gastam em média 177 minutos do dia no telefone e este período, normalmente, se divide em sessões de um minuto e dez segundos. Esses micromomentos são os intervalos nos quais o usuário se volta para o dispositivo para realizar uma ação relacionada a algo que ele precisa ou quer naquele momento.

g) integração ao sistema: o aplicativo é capaz de integrar-se ao sistema operacional e oferecer conteúdo e serviços ao usuário sem que ele precise buscar o *app* em sua tela inicial, incluindo aí interações por voz e por gestos, oferecendo uma

⁷ Disponível em: <<https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>>.



interface mais conversacional para o usuário. Teixeira (2015) explica que uma das principais tendências no *design* de experiências de usuário é deixar de pensar somente na interface quando se tratam de serviços oferecidos para o *smartphone*. Neste sentido, já não importa somente a interface do aplicativo em si, mas o conteúdo e as notificações que partem deste serviço.

h) boa usabilidade: Nielsen (1995) estabeleceu dez heurísticas de usabilidade para o *design* de interfaces que se tornaram clássicas nos estudos de arquitetura de informação, *webdesign* e experiência do usuário. Algumas delas podem ser aplicadas também para os aplicativos de dispositivos digitais móveis, como por exemplo:

- consistência e padrão: as interações propostas pelo aplicativo precisam seguir um padrão e uma consistência, normalmente seguindo convenções já sólidas no *design* de interface;
- minimalismo: tudo que está numa interface precisa ser útil e relevante; não há espaço para dados e ações irrelevantes;
- documentação: o ideal é que o sistema seja fácil o suficiente para ser usado sem um manual, no entanto, se este for necessário, ele precisa estar visível, ser claro e conciso.

O referencial proposto até aqui atua a fim de oferecer um quadro teórico para os elementos empíricos apresentados a seguir. Sendo assim, constitui nosso instrumento de observação, lente a partir da qual analisaremos os aplicativos escolhidos. Tal articulação ocorre a partir da apresentação do alicerce da pesquisa e de conexões entre as teses e os fatos. Como se trata da construção de um estudo exploratório e qualitativo, a instância técnica é composta pela observação de dois aplicativos jornalísticos para *smartphone*: O Estado de S. Paulo e *El País*. A escolha dessas marcas jornalísticas se deu em função de serem exemplos de publicações, nacional e internacional, que investem esforços na construção de produtos digitais voltados para *smartphones*.

3. Análises

A partir do referencial apresentado até aqui, realizamos as análises⁸ dos aplicativos das marcas jornalísticas que fazem parte de nosso objeto empírico. Com o objetivo de melhorar a visualização das propriedades e sua relação com os aplicativos analisados, fazemos a apresentação dos resultados em forma de quadro.

3.1 El País

O *El País* é um jornal espanhol fundado em 1976, quando a Espanha começava sua transição para o regime democrático. A sede principal do jornal fica localizada em Madrid, mas ele tem redações também em Barcelona, Bilbao, Sevilha, Valência, Santiago de Compostela, México e Brasil. No aplicativo, ele oferece as edições Espanha, América, Catalunha e Brasil. Na *web*, o *site* do jornal oferece três edições: Espanha, América e Brasil, além de uma seção com conteúdos em inglês. No Brasil, o *El País* é o sexto meio digital mais lido, também segundo a *comScore*⁹, com mais de 3,7 milhões de usuários únicos em agosto de 2016. Os dispositivos móveis digitais correspondem a quase 60% do tráfego total do *El País*, de acordo com David Alandete, diretor adjunto de produção e distribuição de conteúdos¹⁰. Apesar disso, seu aplicativo para dispositivos móveis digitais não avança muito além no mínimo viável para um *app* de notícias tradicional, como podemos perceber no quadro abaixo.

8 A observação foi realizada num *smartphone* da marca Motorola, modelo Moto G4 Plus, com tela Full HD 1080p (1920 x 1080) de 5,5 polegadas, processador octa-core Qualcomm Snapdragon 1,5 Ghz, memória RAM de 2Gb, armazenamento interno de 32Gb e sistema operacional Android versão 6.0.1 Marshmallow. As condições de conexão se deram por acesso em rede sem fio residencial de fibra ótica 5 Ghz com velocidade de 100 Mb/s de download e 50 Mb/s de upload ou, então, por acesso em rede móvel 4G. Todas as observações foram feitas sob essas condições.

9 Disponível em: <http://elpais.com/elpais/2016/11/22/actualidad/1479853627_478107.html>.

10 Entrevistado pessoalmente pela autora do trabalho na redação do *El País* em Madri, em outubro de 2016.



Quadro 1 – Análise do aplicativo do El País

Propriedades	Aplicativo do El País
Geolocalização	O <i>app</i> do <i>El País</i> não possui geolocalização precisa ou envio de conteúdos relacionados ao local do usuário. A possibilidade de geolocalizado não vai além da opção que o usuário tem de escolher qual das edições disponíveis deseja ler e também de qual deseja receber alertas.
Conexão entre dispositivos	A integração com outros dispositivos, não vai além da possibilidade de compartilhamento de conteúdo via <i>bluetooth</i> .
Navegação em camadas	A navegação em camadas, num formato próprio para o dispositivo móvel digital, também não é explorada. Os textos são normalmente longos, com <i>links</i> de hipertexto dispostos ao longo do conteúdo, de acordo com o formato <i>desktop</i> , sendo diferenciados apenas pela cor e pelo sublinhado, e poucos textos indicados ao final, relacionados ao conteúdo que é apresentado na tela. Dentro de alguns artigos, o aplicativo oferece um texto extra, destacado com fundo cinza e fonte menor, localizado no meio ou no final da matéria. Esse texto normalmente é algo relacionado ao contexto do artigo que se está lendo ou uma explicação extra sobre um ponto específico, no entanto, o usuário não tem a possibilidade de escolher não vê-lo, uma vez posto junto ao conteúdo ele aparecerá integrado ao <i>layout</i> , apenas diferenciado pela cor do fundo.
Personalização	Não há elementos personalizáveis no aplicativo do jornal espanhol. Não é possível definir quais editorias serão exibidas na tela principal, quais editorias serão enviadas nas notificações ou ainda que repórteres o usuário gostaria de seguir. A única possibilidade existente é a de “favoritar” alguns textos que ficam salvos para uma leitura posterior numa área de favoritos.
Redistribuição	A redistribuição é o único ponto que se pode considerar como implementado dentro do aplicativo. A partir dele é possível compartilhar conteúdo com <i>apps</i> de redes sociais <i>online</i> , mensageiros instantâneos, <i>e-mail</i> , entre outros.
Contextualização	A contextualização, assim como no caso da geolocalização, não ocorre no aplicativo do <i>El País</i> .
Integração ao sistema	A integração ao sistema limita-se ao envio de notificações para o usuário que as visualiza a partir da tela inicial do <i>smartphone</i> . Vale destacar que, dentro das notificações, só se pode fazer as seguintes configurações: receber ou não os alertas e, se sim, escolher entre alertas de última hora, destaques do dia e avisos.
Boa usabilidade	No quesito usabilidade, o <i>app</i> tem bom consistência nas interações e respeita os padrões gestuais comuns aos aplicativos em geral. No entanto, os anúncios publicitários são invasivos e excessivos ao longo da leitura. Exemplo disso, é o <i>banner</i> inferior de publicidade que acompanha o leitor em todas as telas. Os anúncios não podem ser fechados e não possuem um limite de exibição ao longo do texto.

3.2 O Estado de S. Paulo

O jornal O Estado de S. Paulo, comumente chamado de Estadão, foi criado em 1875 com o nome de “A Província de São Paulo”. O jornal estreou na internet em 1995, data do início das operações do seu *site*. Em 2015, a Huge, agência de produção digital norte-americana com escritórios no Brasil, desenvolveu o novo projeto móvel do jornal. O re-

sultado foi a produção de um aplicativo móvel e também o redesenho da página do jornal. Na prática, os dois oferecem o mesmo tipo de conteúdo e formato: o primeiro contato do usuário se dá com a tela inicial que informa uma média de 12 principais destaques selecionados pelo jornal por importância. Abaixo, trazemos a análise do *app* com relação aos pontos específicos da pesquisa.



Quadro 2 – Análise do aplicativo do Estadão

Propriedades	Aplicativo do Estadão
Geolocalização	O Estadão é capaz de enviar notificações geolocalizadas, ou seja, se um conteúdo se refere ao Estado de Minas Gerais, no Brasil, por exemplo, o sistema é capaz de enviar o alerta somente para os leitores que se encontram naquele local. No entanto, esse é o limite do que pode ser feito a partir da localização dos usuários. Não há possibilidade de enviar conteúdos com informação geográfica mais precisa e também não há possibilidade de que o próprio usuário possa definir que conteúdos quer receber baseado na localidade a qual se referem.
Conexão entre dispositivos	A conexão entre dispositivos não está implementada porque o aplicativo não se conecta a outros artefatos nem mesmo na possibilidade de enviar informações por <i>bluetooth</i> .
Navegação em camadas	A formatação do aplicativo é muito semelhante, se não igual, ao desenho do <i>site</i> do jornal, o que faz com que a navegação em camadas não esteja explorada. Os artigos são exibidos no mesmo tamanho e formato que estão construídos para o <i>site</i> , com uso de imagens (que não têm opção de ser ampliadas) no meio do artigo e <i>links</i> também inseridos ao longo do texto. O que o jornal oferece como possível princípio de camadas para a leitura é a opção “Continuar lendo” ao final de um artigo. Essa opção aparece quando o leitor abre uma notícia e leu o conteúdo até um determinado ponto, a partir dali, para continuar a leitura ele precisa tocar no botão para visualizar o conteúdo completo.
Personalização	É possível personalizar as editorias da tela principal, essa opção, no entanto, é difícil de ser encontrada. É preciso acessar o ícone do trânsito a partir do menu da tela inicial, uma vez dentro desta seção, é preciso tocar no <i>menu</i> do lado direito e nele acessar a opção “Personalizar minha Home”. Em nenhuma outra tela essa opção está disponível o retoma o problema de inconsistência nas interações, pois há dois <i>menus</i> diferentes acessíveis em locais diferentes, mas a partir do mesmo tipo de interação e no mesmo ponto de acesso na tela, fato que prejudica a coerência e consistência das interações dentro do <i>app</i> .
Redistribuição	No item de redistribuição, o aplicativo permite enviar artigos pelo <i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> , <i>Google Plus</i> , <i>Twitter</i> , <i>LinkedIn</i> e <i>E-mail</i> .
Contextualização	A contextualização não está implementada no Estadão. A possibilidade de se adaptar ao contexto do usuário enviando conteúdos de acordo com a sua rotina e movimentação não é aproveitada pelo <i>app</i> .
Integração ao sistema	A integração com o sistema limita-se ao uso de notificações. Nelas, o usuário só tem a opção de escolher se quer ou não receber os alertas, não é possível escolher quais editorias receber ou em quais momentos do dia se prefere receber os alertas. Além disso, também não é possível configurar as notificações, a fim de definir se elas terão som, vibração ou nenhum deles, todos os alertas enviados pelo Estadão emitem um aviso sonoro e vibram, não sendo possível trocar essa configuração diretamente no aplicativo.
Boa usabilidade	Conforme mencionado no item de personalização, o Estadão tem problemas de consistência e coerência das interações dentro do <i>app</i> . Outro exemplo de problema de consistência é o ícone de voltar. A tela inicial do aplicativo já traz um ícone de uma seta voltada para o lado esquerdo, o que normalmente é compreendido no padrão de interações como um ícone de retorno à tela anterior, no entanto, ter um ícone de retorno na tela que é a primeira do aplicativo não faz sentido. Quando se acessa um conteúdo interno, o aplicativo cria um segundo ícone de retorno na tela, abaixo do primeiro. Para piorar, nenhum dos dois tem padrão de funcionamento. Uma vez dentro de um artigo, algumas vezes, um deles funciona como uma ação de retorno, ou, há casos em que nenhum funciona para voltar à tela inicial, sendo necessário tocar sobre a palavra “Estadão” na parte central do topo da tela. Além disso, ao final de cada artigo, o <i>app</i> mostra um conjunto de <i>links</i> sugeridos que não estão relacionados ao texto, sendo compostos de <i>links</i> patrocinados de <i>sites</i> externos ao do jornal. Esses artigos promovidos são exibidos com uma interface diferente, mas dentro do próprio aplicativo. Uma vez dentro deles, o botão de retorno não funciona e o usuário não consegue voltar à tela inicial, sendo obrigado a reiniciar o aplicativo para seguir sua leitura.



4. Considerações finais

Após nossa análise, podemos perceber que os aplicativos jornalísticos em questão diferem em níveis de apresentação das potencialidades dos dispositivos móveis com relação ao jornalismo ubíquo, resultando num mercado composto por diferentes soluções de apresentação. Vale ressaltar que os jornais possuem características diferentes entre eles, o que certamente influencia nesses resultados. O *El País* é um jornal com estratégia internacional, presença em vários países, enquanto o Estadão tem uma atuação nacional. Esse poderio de performance interfere tanto na questão financeira que banca as evoluções físicas, profissionais e tecnológicas quanto na própria necessidade de oferecer um produto mais ou menos desenvolvido ao leitor.

O aplicativo do *El País* mostra um caráter reticente, com poucas características implementadas totalmente, deixando a maioria ainda num estágio de não aproveitamento no produto atual oferecido pelo jornal. O Estadão segue pela mesma linha, focando somente em aspectos mais consagrados como a redistribuição. Esse resultado pode estar ligado a possíveis “pressões de mercado” que fazem parte da equação que define a evolução de um aplicativo. Nenhum dos *apps* deixou de implementar a característica da redistribuição, fugindo do risco de não permitir que seu público compartilhasse seus conteúdos em redes sociais *online*. Isso ocorre, certamente, porque boa parte da audiência dessas marcas vem desses serviços. Esse cenário parece seguir o movimento já tradicional da indústria jornalística desde o surgimento da internet, caracterizado pela lenta adoção de potencialidades e busca incessante

pela manutenção do *status quo* das suas práticas e do seu mercado.

Podemos dizer que, atualmente, não existem modelos de formatos jornalísticos exclusivos para dispositivos ubíquos, mas sim, propostas de estruturas e de negócio para a produção de um jornalismo que perpassa múltiplos dispositivos. Ou seja, o mais comum de se encontrar é que as potencialidades trabalhadas em aplicativos jornalísticos para *smartphones* são as mesmas presentes nos *websites* dos veículos.

Não foi nosso objetivo validar se essa postura é certa ou errada, o que podemos expressar na pesquisa é que ela acarreta um subaproveitamento de possibilidades de entrega de um conteúdo mais rico e valoroso ao usuário diante do potencial oferecido pelos dispositivos móveis digitais. Além disso, nossos objetos de observação parecem buscar formatos mais adaptados às potencialidades dos dispositivos ubíquos, isto, no entanto, ainda se dá numa velocidade lenta em comparação a outros produtos característicos da era digital como redes sociais *online*, por exemplo.

Há pouquíssima experimentação com geolocalização, com uso de algoritmos, com conexão entre dispositivos baseados em internet das coisas e até mesmo *wearables*. Além disso, os formatos da narrativa não variam. A apresentação do texto é a mesma que vemos no *desktop* e que, por sua vez, deriva de um modelo de diagramação vindo do jornal impresso. O que se pode dizer até aqui é que o caminho para a constituição de modelos apropriados para o jornalismo ubíquo ainda demanda muita experimentação e ousadia por parte das empresas e, claro, empatia por parte dos consumidores de conteúdo.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERTOCCHI, D. *Dos dados aos formatos: um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital*. 2014. 250 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2014.
- BURGOS, T. de L. Design de sites web mobiles e de softwares aplicativos para jornalismo digital em base de dados. In: CANAVILHAS, J. (Org.). *Notícias e mobilidade: jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Universidade da Beira do Interior, Covilhã, Portugal: Labcom, 2013.
- GARRETT, J. J. *The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond*. Berkeley: New Riders, 2011.
- HAUGEN, K. R. H. *Mobile news: design, user experience and recommendation*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade de Ciência e Tecnologia da Noruega, 2013. Disponível em: <<http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A655616&dswid=-9398>>. Acesso em: 8 set. 2014.
- JENSEN, K. B. What's mobile in mobile communication? *Mobile Media & Communication*, v.1, Sage Publications, 2013.
- KATZ, J. E. Cuestiones teóricas en torno a medios móviles y comunicación. In: AGUADO, J. M.; MARTÍNEZ, I. J. *Sociedad móvil: tecnología, identidad y cultura*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2008.
- LEMOS, A. Dispositivos de leitura eletrônicos. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 9, n. 24, 2012.
- NIELSEN, J. *10 usability heuristics for user interface design*. 1995. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>> Acesso em: 10 ago. 2015.
- NORMAN, D.; NIELSEN, J. Gestural interfaces: a step backward in usability. *Interactions*, v. 17, issue 5, sept-oct. 2010. Disponível em: <http://www.jnd.org/dn.mss/gestural_interfaces_a_step_backwards_in_usability_6.html> Acesso em: 7 out. 2015.
- PALACIOS, M.; CUNHA, R. do E. S. A tactilidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaios de tipologias. *Contemporânea, Comunicação e Cultura*, Bahia, v. 10, n. 03, 2012.
- RAMOS, D. O. *Formato, condição para a escrita do jornalismo digital de bases de dados: uma contribuição da semiótica da cultura*. 2011. 146p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2011.
- RESMINI, A.; ROSATI, L. *Pervasive information architecture: designing cross channel user experiences*. [Kindle Edition] Elsevier/Morgan Kaufmann, 2011.
- SAFFER, D. *Designing gestural interfaces*. O'Reilly, Sebastopol, 2009.
- SALAVERRÍA, R. Los medios de comunicación que vienen. In: SÁDABA, C.; GARCÍA AVILÉS, J. A.; MARTÍNEZ-COSTA, M. P. (Coords.) *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*, pp.255-263. Pamplona: EUNSA, 2016a.
- SILVEIRA, S. C. da. Jornalismo ubíquo e dispositivos móveis: uma análise do produto do jornal The Guardian. In: João Canavilhas; Catarina Rodrigues. (Org.). *Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio*. 1 ed. Covilhã – Portugal: Labcom Books, 2017a.
- SILVEIRA, S. C. da. Para além do jornalismo móvel: o desenvolvimento do conceito de jornalismo ubíquo. In: 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2017, São Paulo. *Anais do 15º SBPJor*, 2017b.
- TEIXEIRA, F. *Nosso trabalho é desenhar cada vez menos interfaces*. 2015. Disponível em: <<https://brasil.uxdesign.cc/nosso-trabalho-%C3%A9-desenhar-cada-vez-menos-interfaces-a-ccc0d004681#.ow7tvrulu>> Acesso em: 9 ago. 2015.

Recebimento: 05/07/18
Aprovação: 12/07/18

