Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira

Lucas Santiago Arraes Reino

Palavras-chave: Dispositivos móveis; Ciberjornalismo; Aplicativos.

RESUMO EXPANDIDO

As mudanças sociais que os celulares vêm provocando em nossa sociedade impactaram vários setores, incluindo o Jornalismo. Nesse sentido pretendemos neste artigo discutir e analisar como jornais nacionais, nos grandes centros (capitais do país), estão fazendo uso dos aplicativos para celulares e *tablets* na sua rotina e assim traçar um panorama permita enxergar o mercado nacional, levando em conta suas particularidades regionais, e também propor uma classificação auxilie em novas pesquisas sobre o tema.

Para compreender o panorama atual do jornalismo brasileiro, ou pelo menos começar a mapeá-lo na área de dispositivos móveis, realizamos um levantamento amparado no modelo exploratória-descritivo, que na explicação de Gil (2007), costumeiramente, tem como foco um problema pouco estudado, ou insuficientemente sistematizado, e permite, a partir do olhar detalhado para o campo, levantar hipóteses que vão permitir enxergar o problema de pesquisa mais nitidamente e até pensar em outras problemáticas não tão explicitas antes de tal observação. Didaticamente o autor a faz uma esqueleto de como proceder nesse modelo de pesquisa: primeiramente um levantamento bibliográfico; em seguida orienta para aplicar entrevistas com pessoas com reconhecida experiências sobre o problema pesquisado; e finalmente análise e descrição dos exemplos específicos.

Neste estudo que propomos com este artigo, adotamos o tripé proposto por Gil (2007), incluindo o levantamento do referencial teórico sobre os aplicativos, entrevista com dois pesquisadores consagrados no tema, os professores doutores Eduardo Campos Pellanda, da PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul); e Fernando Firmino da UEPB (Universidade Estadual da Paraíba); além de uma descrição detalhada, um mapeamento, de como os veículos usam ou apresentam os aplicativos nas suas páginas.

A parte descritiva desse estudo buscou delinear os dispositivos mais comuns adotados pelos veículos no ciberespaço brasileiro. Para isso foram analisados e testados os aplicativos das principais páginas de imprensa em cada uma das capitais brasileiras,

além de selecionados três veículos de abrangência nacional, aqueles considerados de grande imprensa por terem uma linha editorial menos regionalizada, apelo e abrangência nacional. A proposta foi traçar um perfil de uso dos aplicativos tradicionais e/ou próprios pela imprensa, entender se há distinções ou reciprocidade nos modos de usos pelo país, bem como entre os veículos maiores.

O levantamento integra um estudo maior, organizado pelos membros do Grupo de Estudos em Ciberjornalismo (Ciberjor), da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, em parceria com pesquisadores de outras instituições, entre elas a Universidade Federal do Maranhão (campus de Imperatriz) na figura dos professores que assinam este artigo e coordenam o Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cibercultura (GCiber).

Ao todo, foram analisados 27 veículos que representam o mais acessado de cada capital do país, com exceção de São Paulo, que por ter a Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo na listagem dos representantes nacionais, juntamente com *O Globo*, teve o jornal mais tradicional de Santos como referência nessa categoria.

Veículos pesquisados		
SUL		
Zero Hora	Porto Alegre /RS	www.zerohora.com.br
Gazeta do Povo	Curitiba/PR	www.gazetadopovo.com.br
Jornal de Santa Catarina	Santa Catarina/SC	http://jornaldesantacatarina.clicrbs.com.br/sc/
CENTRO OESTE		
Campo Grande News	Campo Grande/MS	www.campograndenews.com
Olhar Direto	Cuiabá/MT	www.olhardireto.com.br
Correio Braziliense	Brasília/DF	www.correiobraziliense.com.br
Diário de Goiás	Goiânia/GO	http://diariodegoias.com.br/
SUDESTE		
UAI	Belo Horizonte/MG	www.uai.com.br
Extra	Rio de Janeiro /RJ	www.extra.globo.com
Espírito Santo Hoje	Vitória /ES	http://www.eshoje.jor.br/
Tribuna	Santos/SP	tribuna.com.br
NORDESTE		
Tribuna do Norte	Natal/RN	http://www.tribunadonorte.com.br/
Correio 24 horas	Salvador/BA	http://www.correio24horas.com.br/
Gazeta	Maceió/AL	http://gazetaweb.globo.com/gazetadealagoas/
Imirante	São Luís/MA	http://imirante.com/oestadoma/

Jornal da cidade	Aracaju/Sergipe	http://www.jornaldacidade.net/
O povo	Fortaleza/CE	http://www.opovo.com.br/
Jornal da Paraíba	Paraíba/João Pessoa	http://www.jornaldaparaiba.com.br/
Meio Norte	Teresina/PI	www.meionorte.com.br
NORTE		
O liberal	Belém/PA	http://www.ormnews.com.br/oliberal
Diário da Amazônia	Manaus/Amazonas	http://sgc.com.br/diariodaamazonia
O Rio Branco	Rio Branco/AC	http://www.oriobranco.net/
Diário do Amapá	Macapá/AP	http://www.diariodoamapa.com.br/
Jornal do Tocantins	Palmas/TO	http://www.jornaldotocantins.com.br/
Diário da Amazonia	Porto Velho/RO	http://sgc.com.br/diariodaamazonia/
Folha de Bela Vista	Bela Vista / RR	http://www.folhabv.com.br/
NACIONAIS		
O Globo	Nacional	http://oglobo.globo.com
Folha de S.Paulo	Nacional	www.folha.uol.com.br
Estado do São Paulo	Nacional	www.estadao.com.br

Tabela 01. Veículos pesquisados por Região do país sobre uso de App. Fonte: Os autores (2016)

Depois de dois meses analisando esses veículos e uma equipe de sete pesquisadores, podemos perceber que pelo menos por enquanto o limbo parece uma metáfora razoável para explicar o atual papel dos aplicativos para dispositivos móveis na rotina dos cibermeios. Isso porque se nos grandes veículo nacionais todos façam uso do recurso, na contramão dos veículos pelo restante do país (31% não usam), a verdade é que eles não são um destaque. Na sua totalidade, entre os que adotam, o ícone para divulgar a plataforma na página fica sempre escondida, difícil de ser encontrada, quando não acontece como no *Estado de S. Paulo*, cujo recurso só foi achado depois de uma busca dirigida no *Google*.

No que tange o uso de aplicativos tradicionais, o Whatsapp é o mais comum, embora nenhum dos veículos que fazem uso dele especifique o horário de funcionamento ou disponibilize conteúdo específico. De forma pragmática, o aplicativo só é usado como sugestão de pauta. Na verdade, o uso tradicional do dispositivo não chegaria a ser um problema não fosse o tempo de resposta, lento demais, particularmente pelo formato do recurso e até para os modelos mais vetustos. Em média a resposta de interação demora

pelo menos 24 horas, mas boa parte dos veículos analisados sequer respondeu contato depois de dois meses. Quanto à orientação de uso, os que responderam foram unanimes em dizer que serve "para envio de fotografias, vídeos e texto".

Mas nem só de Whatsapp vivem os aplicativos na imprensa. Na verdade, em maior frequência aparecem os aplicativos próprios, adotados por sete a cada um dos veículos nas Capitais e nos três nacionais. No que tange a tecnologia, esses recursos são pensados tanto para o *IOS* quanto para Android, substancialmente. Alguns ampliam para outros sistemas, embora sejam menos comuns. Diferentemente do Whatsapp, os sistemas próprios têm um uso de difusão do conteúdo tradicional (jornal impresso a que a empresa está vinculada ou replicação do conteúdo do site) e não exploram potencialidades de conteúdo específico ou interação. Nem mesmo a venda ou publicidade tem sido um diferencial ao modelo mais clássico, sendo que o comércio resume-se a assinatura do modelo impresso e a publicidade mais comum são os anúncios já populares em outras plataformas. No Estado de S. Paulo, que encontramos algumas matérias específicas para o aplicativo, fica evidente que ainda é uma experimentação, já que eram assinadas por estagiários, conforme contava da assinatura.

Para auxiliar a entender os resultados trazidos pelo levantamento, apresentamos os dados reunidos para dois especialistas na área de comunicação e dispositivos móveis, que separadamente analisam cada um dos pontos levantados no mapeamento descritivo dos veículos e ajudam a entender a conjuntura atual.

Referências

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.