



JORNAL MÓVEL: A EXPERIÊNCIA DE UM JORNAL LABORATÓRIO EM MOBILIDADE¹

Jornal Móvel: the experience of a mobile laboratory newspaper

Jornal Móvel: la experiencia de un periódico laboratorio en movilidad

Maíra Evangelista de Sousa

Professora da Universidade da Amazônia (UNAMA)
maira.evangelistadesousa@gmail.com

Aila Beatriz da Silva Inete

Estudante da Universidade Federal do Pará (UFPA)
ailabeatriz3@gmail.com

Helando Corrêa Fragoso

Estudante da Universidade Federal do Pará (UFPA)
helandocorrea@gmail.com

Nicole Angeli do Vale

Estudante da Universidade Federal do Pará (UFPA)
nicolevale99@gmail.com

Resumo

O principal desafio do jornalismo na contemporaneidade é desenvolver estratégias e conteúdos otimizados para os suportes digitais móveis. Diante desse contexto, foi criado o *Jornal Móvel*, um jornal laboratório desenvolvido por estudantes de Comunicação Social (Jornalismo) com o intuito de ser produzido, distribuído e consumido por meio de mídias digitais móveis. Este artigo, de caráter descritivo-analítico, tem o objetivo de explanar sobre tal experiência, levando em conta os conceitos de jornalismo digital móvel e ubíquo. Os procedimentos metodológicos combinam pesquisa bibliográfica, descrição e análise. Conclui-se que o *Jornal Móvel* foi uma experiência inovadora que enfrentou um dos principais desafios do jornalismo contemporâneo, configurando-se em um verdadeiro jornal laboratório em mobilidade.

Palavras-chave: Jornalismo móvel. Dispositivos móveis. Jornal móvel.

¹ Esta pesquisa foi financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) via bolsa do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD). Uma versão preliminar deste texto foi apresentada no 9º Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo – JPJor, que ocorreu em novembro de 2019, na Universidade Federal de Goiás (UFG).



Abstract

The main challenge of contemporary journalism is to develop strategies and optimized content for mobile digital media. This is the context where *Jornal Móvel* was created - a laboratory newspaper developed by Social Communication (Journalism) students in order to be produced, distributed and consumed through mobile digital media. This descriptive and analytical article explores such experience, while considering the concepts of mobile and ubiquitous digital journalism. The methodological procedures combine bibliographic research, description and analysis. It is concluded that *Jornal Móvel* was an innovative experience which faced one of the main challenges of contemporary journalism, becoming a true mobile laboratory newspaper.

Key words: Mobile journalism. Mobile devices. Mobile newspaper.

Resumen

El principal desafío del periodismo contemporáneo es desarrollar estrategias y contenido optimizado para medios digitales móviles. En este contexto, fue creado el *Jornal Móvel*, un periódico de laboratorio desarrollado por estudiantes de Comunicación Social (Periodismo) para ser producido, distribuido y consumido a través de medios digitales móviles. Este artículo descriptivo y analítico tiene como objetivo explicar esta experiencia, teniendo en cuenta los conceptos de periodismo digital móvil y ubicuo. Los métodos metodológicos combinan investigación bibliográfica, descripción y análisis. Se concluye que el *Jornal Móvel* fue una experiencia innovadora que enfrentó a uno de los principales desafíos del periodismo contemporáneo, convirtiéndose en un verdadero periódico laboratorio en movilidad.

Palabras clave: Periodismo móvil. Dispositivos móviles. Periódico móvil.

1 INTRODUÇÃO

As vendas de dispositivos digitais móveis aumentaram. Em 2020, mais de cinco bilhões de pessoas utilizam *smartphones* no mundo e 92% dos usuários de internet se conectam via dispositivos digitais móveis, segundo os dados da pesquisa *Digital Trends* (2020²). É importante destacar ainda o aumento do consumo de notícias através de *smartphones*, aproximadamente 66% das pessoas do mundo utilizam o dispositivo para acessar conteúdo jornalístico semanalmente, de acordo com o *Reuters Institute Digital News Report* (2019³). No Brasil, esse número aumenta para 77%. Ou seja, os *smartphones* não somente superam os *desktops* como o suporte mais utilizado para consumo de notícias na internet, como têm larga liderança.

² Disponível em: <https://bit.ly/2Sy2hF3>. Acesso em 20 jan. 2020.

³ Disponível em: <https://bit.ly/3aLxISu>. Acesso em 10 mar. 2020.

Uma das consequências da popularização desses dispositivos é a quantidade de acessos a conteúdos online, seja via aplicativos ou browser (CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017). Nesse sentido, embora não tenhamos como prever com exatidão os desdobramentos da mobilidade no jornalismo, “o mercado de comunicação precisa inovar a partir destas ferramentas em termos de narrativas e modelos de negócios” (SILVA, 201-, online).

Diante desse cenário, foi desenvolvido o *Jornal Móvel*. Ele é formado por um aplicativo (https://app.vc/j_movel) e um perfil no *Instagram* (@jornalmovel) criado para a cobertura do segundo turno das eleições 2018. O objetivo era que todos os conteúdos fossem produzidos, distribuídos e consumidos em mobilidade. O *Jornal Móvel* foi desenvolvido por alunos do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA), como resultado do minicurso *Jornalismo em Mídias Digitais Móveis*⁴, realizado em outubro de 2018.

De caráter descritivo-analítico, este artigo tem o objetivo de explanar sobre o *Jornal Móvel*. Para alcançar o objetivo proposto, o trabalho foi desenvolvido através dos seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica sobre jornalismo digital móvel e ubíquo, descrição e análise do *Jornal Móvel* (LOPES, 2010). O texto estrutura-se em três tópicos principais: no início, explanamos sobre o conceito de jornalismo digital móvel e ubíquo; em seguida, descrevemos o processo de produção noticiosa para o aplicativo e o *Instagram* do *Jornal Móvel*; por fim, analisamos tal experiência com um olhar de quem o produziu – discentes e professora orientadora.

2 JORNALISMO DIGITAL MÓVEL E UBÍQUO

Neste tópico iremos discutir o conceito de jornalismo digital móvel e ubíquo, cuja compreensão foi essencial para a concepção do *Jornal Móvel* – produto analisado neste artigo. É importante destacarmos que atualmente o principal desafio do jornalismo é o desenvolvimento de estratégias e de conteúdos otimizados para os suportes digitais móveis (ANDERSON; DOWNIE JR.; SCHUDSON, 2016), visto que, de maneira análoga há duas décadas – com a apropriação das mídias digitais pelo jornalismo, “[...] agora vemos o enorme

⁴ O minicurso foi ministrado pela professora Dra. Maíra Evangelista de Sousa. A atividade fez parte de seu plano de trabalho como bolsista do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD/CAPES) junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) na Universidade Federal do Pará (UFPA).

impacto de dispositivos móveis, que estão substituindo computadores" (ALVES, 2016, p. XIV, tradução nossa).

Vale ressaltarmos, contudo, que já no início do século XXI, autores como Pavlik (2001) e Quinn (2002) discutiam questões relacionadas ao uso de suportes digitais móveis pelo ciberjornalismo. Ambos apontaram aspectos relacionados à sala de redação virtual. Pavlik (2001) já previa o desenvolvimento de conteúdos imersivos em 360 graus e em realidade aumentada. Quinn (2002), por sua vez, presumia como a circulação de notícias e de informações em suportes digitais móveis poderia transformar o jornalismo. Mais tarde, em 2009, Quinn conceituou o que seria o *Mojo*, abreviação para jornalista móvel (do inglês, *mobile journalist*):

[...] usa apenas um telefone celular para reunir e distribuir notícias. Essa notícia pode consistir em texto, áudio, fotos ou vídeos, ou às vezes uma combinação destes. Mojos tendem a trabalhar sozinhos. Os telefones móveis são tão comuns que é fácil combinar com um, e eles são tão leves que podem ser carregados em uma bolsa ou bolso (QUINN, 2009, p. 10, tradução nossa).

Os *Mojos* ampliam os processos de produção e de circulação de notícias dos veículos jornalísticos. Com a popularização e o aumento do uso dos suportes digitais móveis nos processos jornalísticos, houve um crescimento de estudos com o intuito de conceituar o que seria esta modalidade de jornalismo.

Assim, em uma linha semelhante a Quinn (2009), Scolari, Aguado e Feijóo (2012) compreendem o jornalismo móvel a partir de duas perspectivas principais: do profissional (dos *Mojos*) e dos usuários. No primeiro caso, os autores referem-se à produção e ao jornalista móvel que seria "[...] uma prática profissional baseada na criação e difusão de notícias com ferramentas portáteis simples" (SCOLARI; AGUADO; FEIJÓO, 2012, p. 32, tradução nossa). Desse modo, as notícias produzidas pelos *Mojos* seriam publicadas tanto nas edições impressas, quanto nos sites e nos perfis em plataformas de redes sociais dos jornais. No segundo caso, os autores reportam-se à circulação e ao consumo, aos canais de informação usados para a disseminação de conteúdo em suportes digitais móveis.

A terminologia jornalismo móvel também é usada por Rezende (2016). Entretanto, ele chama atenção para os suportes utilizados, visto que, mais que portabilidade, essas tecnologias agregam capacidades telefônicas e computacionais que possibilitam diferentes sentidos de usos e de consumos. Assim, o jornalismo móvel é descrito como: “[...] um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em

dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos” (REZENDE, 2016, p. 26).

Para Camargo e Silveira (2014, p. 06), a produção jornalística para *smartphones* e *tablets* oferece experiências que podem ser caracterizadas como jornalismo em mobilidade. Essa modalidade “[...] é a fase mais avançada do jornalismo digital contemporâneo, por abarcar elementos que foram acompanhando o desenvolvimento da tecnologia e sendo incorporados à plataforma/dispositivo e à forma de produzir, reportar e distribuir”.

Por considerar suportes como *tablets* e *smartphones* não somente móveis, mas também digitais e com conexão contínua à internet, Silva (2013) usa o termo jornalismo móvel digital para definir o estágio atual da relação entre jornalismo e mobilidade:

Compreende o trabalho do repórter em campo exercendo atividades potenciais de apuração, produção, edição, distribuição e compartilhamento de conteúdos ou transmissão ao vivo em condições de mobilidade (física e informacional). A construção desse espaço jornalístico descentralizado (a redação móvel) realiza-se através do aporte da infraestrutura de conexão sem fio (3G, 4G, Wi-Fi, WiMax ou *Bluetooth*) e das tecnologias móveis digitais, portáteis e ubíquas (celular, *smartphone*, *tablets*, *netbooks*, gravadores, câmeras digitais e similares) (SILVA, 2013, p. 101).

Sousa (2018) chama atenção para as distintas dimensões de mobilidade que um jornal pode ter. Segundo a autora, há uma ampliação e complexificação das potencialidades de mobilidade do jornal, uma vez que algumas dessas dimensões estão articuladas em relações de dependência:

O jornal impresso já detinha as potencialidades de *portabilidade* e de *maleabilidade*, podendo ser levado a diversos lugares, folheado e dobrado através de movimentos físicos dos leitores. O ciberjornal, por sua vez, embora não pudesse ser portado nos primórdios do ciberjornalismo, também apresentava potenciais de mobilidade como a *conexão*, a *expansão*, a *maleabilidade*, a *atualização*, a *customização* e a *multimodalidade*. Posteriormente, com a popularização dos *notebooks*, ganha a *portabilidade*, e, mais tarde, com os avanços da computação, adquiriu a *sensibilidade ao contexto*. Consequentemente, se acessado em modelos de *notebook* mais recentes, o ciberjornal pode atingir todas as nove dimensões de mobilidade, tornando-se ubíquo. As características e o desenvolvimento dos suportes digitais móveis alteram as dimensões de mobilidade, como explicitou-se. Suportes como os celulares não apresentam todas as potencialidades necessárias para terem *ubiquidade*. Já *kindles*, *smartphones*, *tablets* e relógios inteligentes as apresentam, sendo considerados ubíquos por possuírem todas as dimensões de mobilidade propostas (SOUSA, 2018, p. 169).

Assim, de acordo com a autora, as características e o desenvolvimento dos suportes digitais móveis alteram as dimensões de mobilidade do jornal.

Como podemos perceber, as definições explanadas acima abarcam a prática jornalística, o produto (jornal, notícias) e os usuários. Neste artigo, utilizaremos o termo jornalismo digital móvel em referência ao jornalismo que é produzido, distribuído e consumido através de tecnologias que são digitais, mas também móveis.

É importante destacarmos que vivemos uma cultura do jornalismo digital móvel, a qual é considerada um novo paradigma no campo do jornalismo (SILVA, 2016). O autor afirma que o atual estágio é de mobilidade expandida, em referência às experiências crescentes, como a incorporação de produtos em realidade virtual. Percebemos, nesse sentido, o crescimento de experiências jornalísticas em relógios e óculos inteligentes desde 2014 (SOUSA, 2016, 2017), em óculos de realidade virtual desde 2015 (BACCIN; SOUSA; BRENOL, 2017) e, por conseguinte, de uma nova fase do jornalismo móvel marcada pelo uso de tecnologias que possibilitem a produção, a circulação e o consumo de conteúdos de forma ainda mais ubíqua (SOUSA, 2016).

Nesse contexto, é necessário chamarmos atenção para outra denominação: o jornalismo ubíquo. Ele é compreendido por Salaverría (2016, p. 259, tradução nossa) como o futuro do jornalismo móvel: “[...] será muito mais que o simples jornalismo ‘para’ móveis que é hoje [...]”, será “[...] um jornalismo ‘com, desde e através de’ móveis”. Nesse sentido, ao pensar no futuro do jornalismo móvel, o autor aponta a otimização das publicações digitais como desafio para o desenvolvimento do jornalismo ubíquo, visto que as tecnologias digitais móveis trazem várias funcionalidades que podem ser exploradas:

[...] como a geolocalização – útil para determinadas coberturas de informações, e que poderiam ser usadas para a localização constante de repórteres em um cenário informativo –, o vídeo ao vivo – já existem as primeiras plataformas como, por exemplo, Periscope no Twitter, ou o serviço de vídeo ao vivo no Facebook para os jornalistas no desenvolvimento de utilitários jornalísticos para aparelhos como óculos e relógios digitais, os aplicativos para transcrição e tradução simultânea de gravações sonoras, as telas projetadas na pele, a realidade aumentada, os sensores de todo o tipo (SALAVERRÍA, 2016, p. 259, tradução nossa).

Já Silveira (2017) caracteriza o jornalismo ubíquo a partir de treze propriedades: espaço híbrido, legado potencializado, jornalismo digital em base de dados, multissuporte,

contextualidade, integração, continuidade, automação, formato ubíquo, redistribuição e reprodução, personalização bidirecional, redação *mobile first*⁵, multicompetências.

Desse modo, podemos compreender o jornalismo ubíquo como uma nova fase do jornalismo digital móvel. Nesse sentido, é importante mencionarmos a historicização dessa modalidade de jornalismo estabelecida por Pellanda *et al.* (2017). Os autores apontam sete marcos de tecnologias digitais móveis baseados nos usos e nas apropriações pelo jornalismo, focando no consumo e na leitura de produtos. São eles: 1) SMS (*Short Message Service*)⁶; 2) WAP (*Wireless Application Protocol*)⁷; 3) Web móvel; 4) *iPhone*, *web apps* e disseminação de produtos móveis via lojas virtuais; 5) Notificações móveis; 6) *Wearables*⁸; 7) IA (inteligência artificial)⁹ e assistentes pessoais¹⁰.

Após discutirmos o jornalismo digital móvel e ubíquo, no tópico a seguir vamos apresentar o produto *Jornal Móvel*.

3 DESCRIÇÃO: O JORNAL MÓVEL

O *Jornal Móvel* é um jornal laboratório resultante do minicurso *Jornalismo em Mídias Digitais Móveis*, ministrado na Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA), em outubro de 2018. O minicurso visava proporcionar a reflexão sobre as transformações e as inovações do jornalismo em um cenário de multiplicação de tecnologias digitais móveis. Assim, foi possível praticar os conteúdos teóricos do minicurso produzindo um produto específico para as mídias digitais móveis.

Formado por um aplicativo (https://app.vc/j_movel) e um perfil no *Instagram* (@jornalmovel) para a cobertura do segundo turno das eleições 2018 (ver Figura 1), o *Jornal Móvel* foi desenvolvido pelos estudantes Aila Beatriz Inete, Gilberto Moura, Helando Fragoso, Maiza Santos e Nicole Vale que na época cursavam o segundo semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo (FACOM/UFPA).

⁵ Produtos criados/desenvolvidos com foco nos suportes digitais móveis.

⁶ Serviço de envio/recebimento de mensagens de texto curtas disponível em celulares que pode ser cobrado pelas operadoras de telefonia. Posteriormente, foi incluída a possibilidade de envio/recebimento de conteúdos multimídia. Nesse caso, as mensagens eram chamadas de MMS (*Multimedia Messaging Service*).

⁷ Protocolo para aplicações sem fio que permite o acesso à internet móvel em suportes digitais móveis.

⁸ Em português: tecnologias vestíveis.

⁹ “[...] no sentido de a máquina entender hábitos e circunstâncias contextuais em que as informações podem ser reunidas até mesmo antes do usuário solicitar.” (PELLANDA *et al.*, 2017, p. 212).

¹⁰ Plataformas de inteligência artificial que capturam informações pessoais.

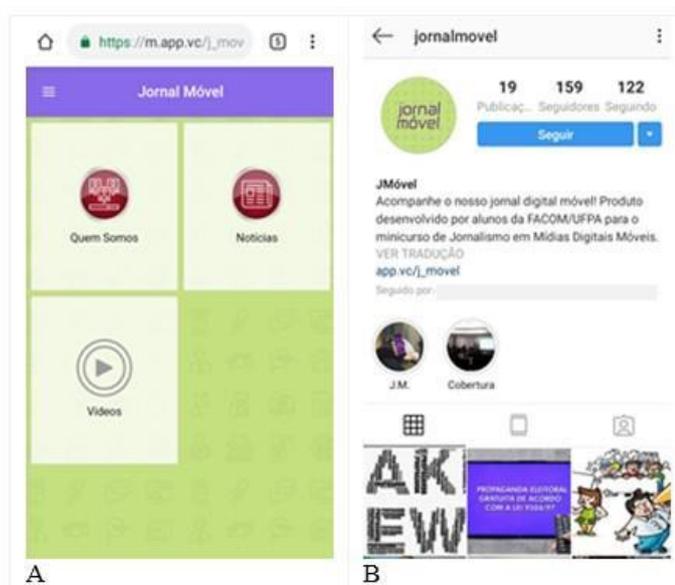


Figura 1 – *Jornal Móvel*. A: Aplicativo. B: Perfil no *Instagram*.
Fonte: Captura de tela.

O conteúdo do *Jornal Móvel* foi planejado para ser criado e consumido nas mídias digitais móveis, por isso a opção de utilizar o site de rede social *Instagram* e de construir um aplicativo.

Antes de analisar, é necessário descrever o processo de produção dos produtos e dos conteúdos. A elaboração dos produtos começou com a criação do aplicativo e do perfil no *Instagram* para que os conteúdos fossem publicados. O **aplicativo** foi criado, pois precisávamos de uma plataforma digital móvel para postar as nossas produções (notícias, entrevistas e vídeos). Ele foi desenvolvido no *FabApp*¹¹, com um modelo simples e gratuito. No total, os conteúdos ficaram divididos em três espaços principais: *Notícias*, *Quem Somos Nós* e *Vídeos*. Contudo, nós também criamos um perfil no *Instagram* para que pudéssemos fazer postagens mais instantâneas, divulgar as notícias e entrevistas produzidas e também para que pudéssemos utilizar as ferramentas que o aplicativo disponibiliza como: *feed* (postar conteúdos), *stories* (postar conteúdos efêmeros), *livestream* (fazer transmissões ao vivo) e destaques (colocar postagens em evidência). As duas plataformas escolhidas (*FabApp* e *Instagram*) são de fácil utilização, o que simplificou o processo de publicação em mobilidade.

As primeiras postagens foram realizadas no perfil no *Instagram*. Iniciamos com a divulgação e uma breve apresentação do nosso produto – o *Jornal Móvel*. Posteriormente, começamos a publicar entrevistas na íntegra no aplicativo e de forma adaptada no *Instagram*.

¹¹ Disponível em: <https://fabricadeaplicativos.com.br/>. Acesso em: 22 jul. 2019.

Temos como exemplo, a primeira entrevista que foi sobre a importância do voto. No aplicativo, postamos o texto completo com a foto e a apresentação da entrevistada. Já no *Instagram*, publicamos: no *feed*, um trecho da fala da entrevistada com uma imagem do *Creative Commons* que remetia para a temática e chamava os leitores para lerem a entrevista na íntegra no aplicativo; no *stories*, o compartilhamento da publicação do *feed* com a seguinte chamada: “Pra você entender como adquirimos o direito de votar e por que isso é tão importante” (ver Figura 2).

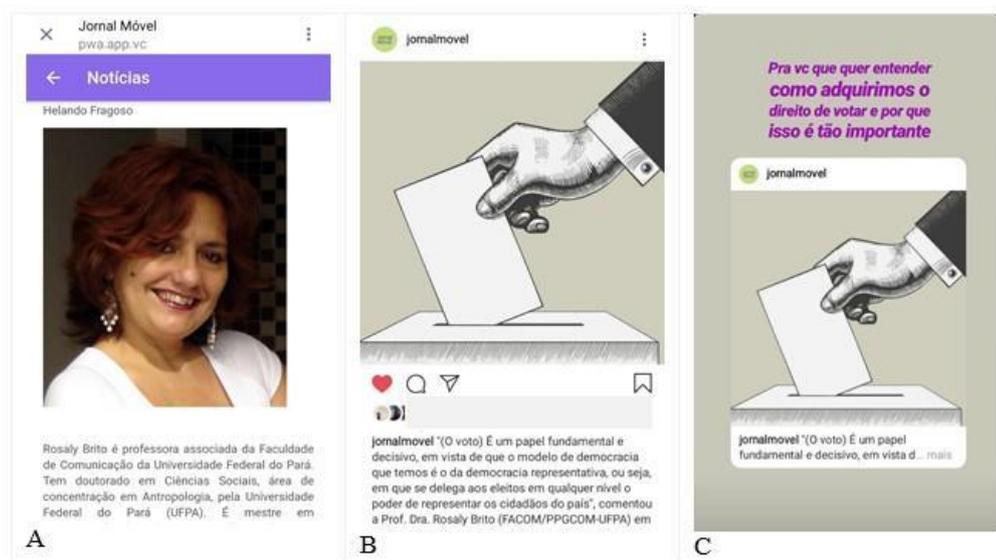


Figura 2 – Exemplo de publicação de entrevistas no *Jornal Móvel*. A: Versão do aplicativo. B: Versão do *feed* do *Instagram*. C: Versão do *stories* do *Instagram*

Fonte: Captura de tela.

Depois seguimos com a publicação de conteúdos de temas não tão factuais, mas que são importantes no contexto eleitoral, como: Crimes eleitorais, Auditorias Eleitorais e Distribuição das urnas. Todas as matérias foram produzidas com dispositivos móveis (*smartphones*, *tablets* e *notebooks*) e com fotos retiradas da internet (*Creative Commons*).

Realizamos a cobertura antes e durante as eleições, bem como ao longo da apuração dos votos. No dia anterior às eleições, uma equipe (composta por três integrantes do *Jornal Móvel* mais a professora orientadora) foi ao Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA) para cobrir a preparação para o segundo turno das eleições. No dia do segundo turno das eleições, pela parte da manhã, três integrantes do *Jornal Móvel* gravaram *stories* atualizando as pessoas de como estavam as seções eleitorais em três diferentes locais da cidade. Já na hora da apuração dos votos, uma equipe (composta por três integrantes do *Jornal Móvel* mais a professora orientadora) acompanhou o resultado direto do Tribunal Regional Eleitoral do Pará

(TRE-PA), transmitindo minuto a minuto, pelo *Instagram* e pelo aplicativo. Dessa forma, foram publicadas notícias factuais mostrando instantaneamente os dados parciais da votação e noticiando, em primeira mão, o resultado do pleito. Nesses dias, foram utilizados *smartphones* e *tablets* para a transmissão.

Temos como exemplo, a cobertura ao vivo com o resultado das eleições. No aplicativo, usamos apenas texto com os dados, enquanto que no *Instagram* postamos, dentre outros conteúdos: no *feed*, fotos e texto com o resultado disponível na sede do Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA); no *stories*, passagem de vídeo com membros da equipe atualizando o resultado; no *livestream*, entrevista coletiva com a presidente do TRE-PA sobre o balanço das eleições e das apurações (ver Figura 3). Os usuários, então, podiam optar em acompanhar a transmissão no aplicativo ou no *Instagram*.



Figura 3 – Exemplo de cobertura ao vivo do *Jornal Móvel* com o resultado das Eleições 2018.

A: Cobertura no Aplicativo. B: Cobertura no *feed* do *Instagram*.

C: Cobertura no *stories* do *Instagram*. D: *Livestream* no *Instagram*.

Fonte: Captura de tela.

Mesmo com o fim das eleições, ainda publicamos conteúdos sobre *Fakes News* e sobre a eleição dos candidatos ao Governo do Estado do Pará e à Presidência da República.

Após descrevermos o processo de construção dos produtos e dos conteúdos do *Jornal Móvel*, no tópico a seguir analisaremos tal experiência com um olhar de quem o produziu (discentes e professora orientadora), tensionando com a discussão teórica sobre jornalismo digital móvel e ubíquo apresentada na parte inicial deste artigo.

4 ANÁLISE: UM JORNAL LABORATÓRIO EM MOBILIDADE

O *Jornal Móvel* foi executado com foco nos conceitos de jornalismo digital móvel (PAVLIK, 2001; QUINN, 2002, 2009; SCOLARI; AGUADO; FEIJÓO, 2012; SILVA, 2013; CAMARGO; SILVEIRA, 2014; REZENDE, 2016, SOUSA, 2018) e jornalismo ubíquo (SALAVERRÍA, 2016; SILVEIRA, 2017), pensando na possibilidade de produção, circulação e consumo de informações em qualquer lugar e momento.

Dessa maneira, o *Jornal Móvel* trouxe essa dinâmica para o processo de produção do início ao fim. Todos os membros da equipe atuaram como verdadeiros *mojos* (QUINN, 2009), utilizando na maioria das vezes somente o *smartphone* para gravar entrevistas, escrever e postar os conteúdos. Pelo fato de cada plataforma demandar um formato diferente de conteúdo, cada produtor/repórter/editor foi treinado para atuar nos dois espaços e produzir em todos os formatos.

Nesse sentido, vale destacar que não tínhamos uma redação física para as reuniões de pauta e produção de conteúdo, todas as decisões eram tomadas em conjunto (pelos cinco discentes e a professora orientadora) em um grupo de *Whatsapp* (também chamado de *Jornal Móvel*) que foi construído especificamente para essa finalidade. Ou seja, a redação era virtual, conforme pensado por Pavlik (2001) e Quinn (2002) ainda no início deste século.

É importante salientarmos que as narrativas construídas foram pensadas com base nas características e potencialidades do aplicativo e do *Instagram* (*feed*, *stories*, *livestream* e destaques), duas ferramentas que têm a mobilidade em sua essência e, por conseguinte, possibilitam a distribuição e o consumo de informações em dispositivos digitais móveis. O aplicativo servia como um repositório de matérias, além de fornecer conteúdos exclusivos. O *Instagram*, sobretudo, por meio do *feed* e dos *stories*, era utilizado para convidar o leitor a visitar as matérias disponíveis no aplicativo, bem como fornecer um pequeno resumo sobre os temas tratados.

No que diz respeito às funcionalidades que podem ser exploradas pelo jornalismo ubíquo (SALAVERRÍA, 2016), utilizamos em nossas postagens do *Instagram* os recursos de geolocalização e de vídeo ao vivo (ver Figura 3). Ou seja, a produção noticiosa visava a distribuição de conteúdos nos mais diversos formatos, explorando ao máximo as potencialidades tanto do aplicativo quanto do *Instagram* e chegando aos usuários de forma ubíqua – em qualquer local e em qualquer momento. Além da mobilidade, destacamos que

buscamos produzir conteúdos de qualidade com a menor quantidade de recursos financeiros possíveis.

Em suma, o *Jornal Móvel* foi concebido visando aquele que é um dos principais desafios do jornalismo na contemporaneidade: desenvolver estratégias e conteúdos otimizados para os suportes digitais móveis (ANDERSON; DOWNIE JR.; SCHUDSON, 2016). Desse modo, todos os processos – produção, circulação e consumo noticioso – ocorreram por meio de dispositivos digitais móveis (SCOLARI; AGUADO; FEIJÓO, 2012; SILVA, 2013; CAMARGO; SILVEIRA, 2014; REZENDE, 2016), sendo esta experiência um verdadeiro **laboratório** de como fazer jornalismo de forma inovadora.

O objetivo do *Jornal Móvel* era colocar em prática o que foi teorizado em sala de aula, no minicurso de *Jornalismo em Mídias Digitais Móveis*. Compreendemos, portanto, que o *Jornal Móvel* conseguiu explorar na prática o que vimos teoricamente sobre jornalismo digital móvel e ubíquo, seja do ponto de vista do processo produtivo, seja do ponto de vista das linguagens e dos formatos dos produtos distribuídos para consumo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a explicar sobre o *Jornal Móvel*. Para alcançar este objetivo, as experiências daqueles que participaram da produção deste produto (discentes e professora orientadora) foram apresentadas de forma descritiva e, posteriormente, analisadas com base nos conceitos que nortearam a construção do *Jornal Móvel*: jornalismo digital móvel (PAVLIK, 2001; QUINN, 2002, 2009; SCOLARI; AGUADO; FEIJÓO, 2012; SILVA, 2013; CAMARGO; SILVEIRA, 2014; REZENDE, 2016, SOUSA, 2018) e jornalismo ubíquo (SALAVERRÍA, 2016; SILVEIRA, 2017). Os procedimentos metodológicos tiveram como base Lopes (2010).

Para a produção de notícias utilizamos apenas dispositivos digitais móveis - desde a gravação dos áudios com entrevistados até a edição de imagens para as postagens realizadas no aplicativo e no *Instagram*. A narrativa foi pensada para ser consumida em dispositivos digitais móveis, por isso a criação de um aplicativo próprio (que poderia ser baixado para os *smartphones* ou visualizado por um link) e de um perfil no *Instagram* (que foi selecionado por sua natureza móvel e por permitir mais funcionalidades à cobertura das eleições, como os *stories*, as transmissões ao vivo, as enquetes e as postagens com foco nas imagens).

Portanto, compreendemos que o *Jornal Móvel* foi um produto que buscou e atendeu as necessidades do jornalismo digital móvel e ubíquo, sendo uma experiência inovadora que enfrentou um dos principais desafios do jornalismo contemporâneo e, por conseguinte, configurando-se em um verdadeiro jornal laboratório em mobilidade.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Rosental C. Prólogo. Veinte años después, el ciberperiodismo aún parece un adolescente. *In.* SALAVERRÍA, Ramón (org.). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016.
- ANDERSON, C.W.; DOWNIE JR, Leonard; SCHUDSON, Michael. **The News Media: What Everyone Needs to Know**. New York: Oxford University Press, 2016. Livro eletrônico, não paginado.
- BACCIN, Alciane; SOUSA, Maíra Evangelista de; BRENOL, Marlise. A realidade virtual como recurso imersivo no jornalismo digital móvel. *In.* CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Livros LabCOM, 2017.
- CAMARGO, Isadora Ortiz de; SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **Ciberjornalismo e dispositivos móveis: características do jornalismo em mobilidade**. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/T1FsC2>. Acesso em: 14 nov. 2017.
- CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. Introdução. *In.* CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Livros LabCom, 2017.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2010.
- PAVLIK, John V. **Journalism and New Media**. New York: Columbia University Press, 2001.
- PELLANDA, Eduardo Campos *et al.* Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: Fases do jornalismo móvel ubíquo e suas características. *In.* CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina (orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Livros LabCOM, 2017.
- QUINN, Stephen. **Knowledge Management in the Digital Newsroom**. Oxford: Focal Press, 2002.
- QUINN, Stephen. **MoJo - Mobile Journalism in the Asian Region**. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2009.
- REZENDE, Ivan Satuf. **Aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis: Uma exploração pela Teoria Ator-Rede**. 2016. 289f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2016.
- SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. Los medios de comunicación que vienen. *In.* SÁDABA CHALEZQUER, Charo; GARCÍA ANILÉS, José Alberto; MARTÍNEZ-COSTA, María del Pilar



(orgs.). **Innovación y desarrollo de los cibermedios em España**. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, 2016.

SCOLARI, Carlos Alberto; AGUADO, Juan Miguel; FEIJÓO, Claudio. Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications. **International Journal of Interactive Mobile Technologies – iJIM**, v. 6, n. 2, 2012.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital**: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. 2013. 408f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

SILVA, Fernando Firmino da. Cultura do jornalismo móvel. In: SILVA, Fernando Firmino da (org.). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SILVA, Fernando Firmino. “O móvel é parte do futuro do jornalismo”, diz especialista Fernando Firmino. **Portal Imprensa**. 201-. Disponível em: <https://bit.ly/33au2Hr>. Acesso em: 18 jul. 2019.

SILVEIRA, Stefanie Carlan da. **Conteúdo jornalístico para smartphone**: o formato da narrativa sistêmica no jornalismo ubíquo. 2017. 224f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SOUSA, Máira Evangelista de. Jornalismo em *wearables*: apontamentos iniciais sobre a circulação de notícias em *smartwatches*. In: SILVA, Fernando Firmino da (org.). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SOUSA, Máira Evangelista de. Notícias no pulso: Uma análise de aplicativos jornalísticos em relógios inteligentes. **Revista Observatório**, v. 3, n. 1, 2017.

SOUSA, Máira de Cássia Evangelista de. **Jornal e Mobilidade**: Reconfigurações do Impresso ao Multiplataforma. 2018. 220f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.





*Original recebido em: 11 de março de 2020.
Aceito para publicação em: 31 de maio de 2021.*

Maira Evangelista de Sousa

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM/UFPA). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). É coordenadora do Grupo de Pesquisa Ubiquidade da Comunicação - UBICOM (UNAMA/CNPq).

Aila Beatriz da Silva Inete

Estudante do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Helando Corrêa Fragoso

Estudante do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). É membro dos Grupos de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação - InovaCom (UFPA/CNPq) e Ubiquidade da Comunicação - UBICOM (UNAMA/CNPq).

Nicole Angeli do Vale

Estudante do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA).



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional

