

## CuritibaAgora: Jornal digital ao vivo produzido pelo smartphone, para smartphone, via rede sociotécnica<sup>1</sup>

Zanei Ramos BARCELLOS<sup>2</sup>  
Aryane Linhares MONTEIRO<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

### Resumo

Este artigo relata experimento de jornalismo diário ao vivo transmitido por smartphones e formatado para recepção também via smartphones, tendo uma rede sociotécnica como plataforma de suporte. Metodologicamente, primeiramente desenvolve-se breve cabedal teórico e defende-se a necessidade de estudos semelhantes, com base argumentativa nas estatísticas sobre a difusão do smartphone e das redes sociotécnicas como meio de acesso às notícias no Brasil, e na constatação que o jornalismo demora muito a assimilar as evoluções tecnológicas nos seus processos. Em segundo momento, descreve-se a criação, planejamento, produção e distribuição do CuritibaAgora, veículo cuja produção envolveu 63 estudantes de jornalismo. A experiência concretizou um jornal diário inovador, com suporte em rede sociotécnica, transmitido ao vivo, de abrangência metropolitana, produzido e distribuído somente com smartphones e formatado especificamente para mobiles.

### Palavras-chave

jornalismo; redes sociotécnicas; smartphone.

### 1 Introdução

A difusão exponencial do uso de telefones celulares com acesso à internet no Brasil e do consumo de notícias por meio de *smartphones* os tornam canal significativo de distribuição para produtos jornalísticos e determinam aos meios de comunicação a formatação de conteúdos conforme a nova plataforma, ao mesmo tempo que demandam a criação de processos de produção específicos, que podem usar o próprio celular ferramenta.

Porém, nota-se que no Brasil a imprensa não incorpora as evoluções tecnológicas nos seus processos com a mesma velocidade do surgimento das tecnologias comunicacionais e, no mais das vezes, resigna-se a usá-las como ferramentas após seu uso já estar bem difundido pela sociedade em geral, sem demandar para si antecipadamente tecnologias inovadoras próprias ou criar processos ou produtos específicos.

Em suma, raros são os casos no Brasil e restritos a alguns veículos internacionais as experiências de vanguarda no uso de redes e de aparatos móveis que signifiquem algo além

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Gestão Urbana, professor de Narrativas Midiáticas e de Inovação em Jornalismo na PUCPR.

<sup>3</sup> Graduanda em Jornalismo na PUCPR e editor-chefe do CuritibaAgora.

do que o usuário comum ou organizações que atuam em outras áreas já o façam, e mais raros ainda são associações ou parcerias entre as principais redes sociotécnicas e/ou mecanismos de busca com conglomerados de comunicação ou com veículos isolados significativos para ofertar conteúdos diferenciados ou para desenvolver novas formas de produção ou distribuição que signifiquem diferenciais ou inovações no mercado jornalístico.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo é relatar o desenvolvimento de um formato jornalístico próprio para celular e de um processo de produção e veiculação de conteúdos totalmente pelo smartphone, além de, paralelamente, valorizar as reportagens ao vivo e o jornalismo urbano/metropolitano. Metodologicamente, apresenta-se estatísticas recentes de uso do smartphone no Brasil e no mundo, do acesso às redes sociotécnicas no país e dos principais motivadores de acesso; bem como resgata-se, também brevemente estudos que constataam a falta de paridade entre o desenvolvimento tecnológico e sua apropriação pela imprensa. Em segundo momento, o artigo descreve e analisa os resultados de uma experiência laboratorial de produção, formatação e distribuição de um jornal o CuritibaAgora, cuja plataforma de suporte foi uma rede sociotécnica, realizado pelas turmas matutina e noturna da disciplina Inovação em Jornalismo do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR).

A pesquisa aplicada partiu da hipótese que o *smartphone* se tornará a mídia mais significativa no consumo de notícias no Brasil e que o aparelho é quase suficiente para a produção de notícias para internet, rádio, jornais, revistas e televisão, e que em função dos *mobiles* os jornalistas já podem dispensar a existência de uma Redação<sup>4</sup> física, já que é possível realizar todas as etapas produção no ciberespaço, processo denominado por Barcellos, Gonzatto e Bozza (2014) como Redação Virtual e que foi utilizado na produção do CuritibaAgora. A pesquisa aplicada também partiu do princípio que as redes sociotécnicas são importantes “portas de entrada” para os veículos de comunicação; quer por iniciativa da imprensa, que mantém páginas nos principais sites de relacionamento e neles divulga seus conteúdos e fomenta interações com os usuários; quer por iniciativa dos atores comuns, que muito frequentemente linkam, comentam, “curtem”, compartilham notícias.

---

<sup>4</sup>Lugar onde trabalham os redatores. Instalações físicas (edifício ou sala e equipamentos) onde são redigidas as informações e serem publicadas. (RABAÇA C. A.; BARBOSA, G. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.)

## 2 O *smartphone*, as redes sociotécnicas e a notícia

Levantamentos recentes apontam que 81,5 milhões de brasileiros com mais de 10 anos de idade usam *smartphones* para acessar a internet, e que a leitura de jornais e revistas é um importante motivador de acesso à rede, por celular ou outro meio (CETIC.BR, 2015); e a Pesquisa Nacional Por Amostragem de Domicílios (IBGE, 2016), revela que em 2014 o *smartphone* estava presente em 80,4% dos lares conectados no Brasil, contra 76,6% de presença de computadores fixos. Os dados mostram que celular passou a ser o aparelho mais usado no País para o acesso à internet e o cruzamento destas informações alerta pesquisadores e veículos de comunicação para a emergência de uma nova plataforma para o consumo de notícias.

Pesquisas do Pew Research Center (2015) corroboram neste sentido ao revelar que nos Estados Unidos o acesso a 42 dos 51 principais veículos de comunicação digitais associados à entidade se dá principalmente por aparatos móveis, enquanto aos outros nove ocorre com uso do desktop. A pesquisa também revela que o *smartphone* é o principal instrumento de acesso a todos os dez sites jornalísticos mais acessados.

Participar de redes sociotécnicas – que para Egler (2007), resumidamente, são as redes sociais que usam suporte digital –, é outro dos principais motivadores de acesso à internet no Brasil, ação cada vez mais realizada com auxílio do *smartphone*; ao mesmo tempo que as comumente chamadas redes sociais tornaram-se importantes pontos de entrada aos veículos de comunicação, conforme o Cetic.Br (2015). Os índices de norte-americanos que usam o Facebook e o Twitter em busca de notícias, segundo o Pew Research Center (2015), empatou em 63%, o que significa crescimento em relação a 2013, quando eram 47% para o Facebook e 52% para o Twitter.

Assim como as redes sociotécnicas, os mecanismos de busca interferem nas atividades da imprensa, ao ponto de afetar suas finanças. O uso de notícias sem autorização pelo Yahoo Notícias e Google News gerou conflitos e na Bélgica a Justiça chegou a proibir a prática. Neste caso, a imprensa acusou o Google de apropriar-se da sua produção sem a devida remuneração e de faturar com publicidade associada às notícias sem compensar os gastos de produção bancados exclusivamente pelos meios. Conflitos semelhantes ocorrem entre a imprensa e as principais redes de relacionamento.

Mas, assim como há conflitos, há parcerias. The Washington Post e o Facebook associaram-se em 2010 e o assinante da edição online passou a receber uma primeira página

personalizada com manchetes escolhidas não por um jornalista editor, mas automaticamente em função das notícias originadas no jornal postadas na rede social pelos seus amigos (PARISIER, 2012). O Facebook também acaba de oferecer aos veículos de imprensa uma forma exclusiva de postagem que facilita o consumo de jornalismo, agrega aos sites a audiência da notícia publicada na rede social e possibilita o rateamento de verbas publicitárias entre as duas partes.

Como se nota e conforme Barcellos, Gonzatto e Bozza (2014), o ciberespaço é ambiente de profundas, constantes, rápidas e cada vez mais emergentes questões ligadas ao jornalismo nas suas diferentes facetas. Os veículos de comunicação vão perdendo seus formatos característicos, bem definidos pré-internet, e se tornam amálgamas em constante mutação devido à difusão de novas tecnologias à sua apropriação pelos usuários para o consumo de notícias (BARCELLOS, GONZATTO E BOZA, 2014). Assim, torna-se necessário aos veículos de comunicação formatarem e distribuírem conteúdos cada vez mais segmentados e diferenciados, para atender à miríade de plataformas de consumo de mídias que surgem a cada dia e, com elas, aos consequentes novos segmentos e públicos que se formam e desejam ter a informação, entre elas a notícia, de forma ubíqua e no formato adequado a cada situação.

### **3 Relato do experimento**

Os processos de criação e produção do CuritibaAgora se deram inicialmente nas aulas da disciplina de Inovação em Jornalismo, turmas matutina e noturna, do curso de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da PUCPR. A seguir, em primeiro momento, descreve-se a fases criação, de testes, de planejamento, de treinamentos. Optou-se por acoplar alguns resultados já neste primeiro momento a título de exemplos e/ou para facilitar o entendimento. Em segundo momento, apresenta-se outros resultados considerados relevantes, bem como procede-se breve análise.

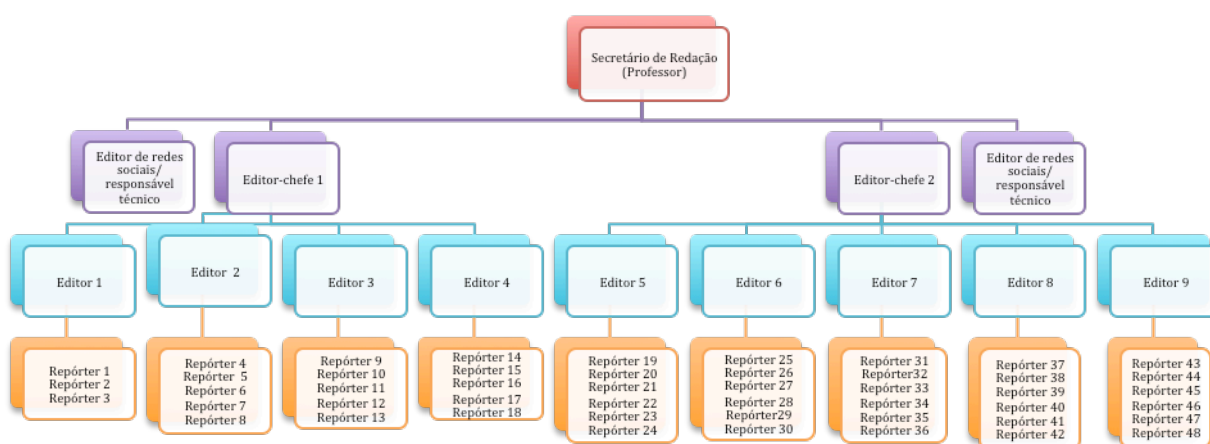
#### **3.1 Criação, testes, planejamento, treinamentos**

A etapa de criação do CuritibaAgora consistiu em discussões em sala de aula sobre qual seria o produto, abrangência de cobertura, público-alvo, linha editorial, funções dos jornalistas, grade horária da produção de matérias, período de abrangência, tipos de pautas,

fluxo de trabalho, nome do veículo e outros tópicos. As turmas matutina e vespertina concordaram que as decisões tomadas em assembleia por uma delas seria acatada sem discussão pela outra, como forma de economizar tempo, que prosseguiria a discussão a partir daí, e cujas decisões também seriam levadas pelo professor à do outro turno, a ser acatada sem nova deliberação, e assim sucessivamente.

No decorrer deste processo, decidiu-se por um produto único em duas turmas, o que levantaria o desafio de estabelecer a comunicação entre todos os integrantes do projeto e a realização de produção jornalística por meio de uma Redação Virtual, conforme o conceito de Barcellos, Gonzatto e Bozza (2014), já apresentado. O nome escolhido para o veículo foi CuritibaAgora, por refletir exatamente a proposta de noticiar a região metropolitana de Curitiba ao vivo. A estrutura de pessoal foi organizada de forma hierárquica (ver Figura 1); assim, o professor coordenador assumiu o cargo máximo, o de secretário de Redação, a quem estavam subordinados dois editores-chefes: cada editor-chefe (um oriundo da turma da manhã e outro da noite) tinha subordinado a si os editores oriundos da sua turma e, na sequência hierárquica descendente, aos editores subordinavam-se alguns repórteres, nem sempre da mesma turma do editor. Trabalhando em parceria com os editores-chefes, foram escolhidos dois editores de mídias sociais /responsáveis técnicos, cuja função seria fomentar acessos e resolver questões técnicas que porventura surgissem no período de transmissões.

Figura 1 – Organograma da estrutura de pessoal e fluxo de comunicação interna



FONTE: Os autores (2016).

O fluxo de comunicação estabelecido obedeceu exatamente a esta estrutura e, para viabilizar a comunicação entre os quatro níveis hierárquicos, foram criados grupos no Whatsapp ou Facebook, de acordo com a preferência de cada equipe. Logo, a comunicação interna, assim como a produção de notícias e veiculação, se deu totalmente dentro do ciberespaço. Houve, portanto, a conformatação de três tipos de grupos de comunicação interna, a saber: secretário de redação, editores-chefes; editor-chefe, editores; editor, repórteres.

Definidas as linhas gerais do produto, foram realizados testes para a escolha da melhor rede sociotécnica de suporte para o veículo de comunicação em criação. Experimentou-se o Periscope, um aplicativo veiculado ao Twitter que permite a transmissão de vídeos ao vivo por meio de dispositivos móveis. Entretanto, o Periscope foi descartado, pois os vídeos são apagados automaticamente apenas 12 horas após a transmissão e desejava-se que as matérias ficassem arquivadas por mais tempo para que o receptor que não a acompanhasse ao vivo, pudesse acessar a notícia durante todo o dia ou em outro dia da semana. O Snapchat, aplicativo de relacionamentos muito usado por jovens, foi descartado pelo mesmo motivo, o material fica disponível por apenas 24 horas, e por ser pouco conhecido do público alvo pretendido, qual seja, o usuário de smartphone residente na Região Metropolitana de Curitiba. Sendo assim, decidiu-se transmitir ao vivo usando o Facebook como plataforma. A plataforma permite a interação com o público por meio de comentários, o que era uma das propostas do projeto. Após alguns testes com transmissões feitas de diversos locais do *campus* da universidade para os laboratórios de aulas, foi criada a página pública do CuritibaAgora no Facebook (ver Figura 2) para reunir as transmissões.

Durante o período de testes, foram detectados alguns problemas específicos da transmissão por smartphone (som, luz, enquadramento), para os quais buscou-se soluções. E, assim, convencionou-se melhores formas de transmissão para que os problemas pudessem ser minimizados, como, por exemplo, posicionar o entrevistado ao lado do repórter para evitar variações áudio causados pela distância entre um e outro, e também resolver problemas de enquadramento, uma vez que não haveria a possibilidade de edição e virar o celular para sair do enquadramento da imagem do repórter para o enquadramento da imagem do entrevistado seria perceptível pelo receptor, ou seja, indesejável.

Figura 2 - Captura de tela da página pública do CuritibaAgora criada no Facebook.



Fonte: CuritibaAgora (2016)

O professor coordenador da atividade estruturou os cargos/funções e os distribuiu nos horários de trabalho necessários para a cobertura no período previsto (Quadro 1).

Quadro 1 – Distribuição de funções por dias e horários de produção.

DIAS/HORÁRIOS	Segunda 6/6	Terça 7/6	Quarta 8/6	Quinta 9/6	Sexta 10/6
<b>MANHÃ</b>					
5h às 7 h		Repórter 1	Repórter 2	Repórter 3	
7h às 9h	Repórter 4	Repórter 5	Repórter 6	Repórter 7	Repórter 8
9h às 11h	Repórter 9	Repórter 10	Repórter 11	Repórter 12	Repórter 13
11 às 13h	Repórter 14	Repórter 15	Repórter 16	Repórter 17	Repórter 18
<b>TARDE</b>					
13h às 15h	Repórter 22	Repórter 28	Repórter 34	Repórter 40	Repórter 46
15 às 17h	Repórter 23	Repórter 29	Repórter 35	Repórter 41	Repórter 47
17h às 19h	Repórter 24	Repórter 30	Repórter 36	Repórter 42	Repórter 48
<b>NOITE</b>					
19h às 21h	Repórter 19	Repórter 25	Repórter 31	Repórter 37	Repórter 43
21h às 23h	Repórter 20	Repórter 26	Repórter 32	Repórter 38	Repórter 44
23h às 00	Repórter 21	Repórter 27	Repórter 33	Repórter 39	Repórter 45

**LEGENDAS**

Turma de origem do aluno

Manhã	Noite
-------	-------

Editor 1	Editor 2	Editor 3	Editor 4	Editor 5	Editor 6	Editor 7	Editor 8	Editor 9
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

FONTE: Os autores (2016).

Foram 63 alunos envolvidos. O professor escolheu os editores-chefes entre os alunos que manifestaram espontaneamente maior interesse pelo projeto nas fases de testes, além da sua boa performance nas discussões e realização dos trabalhos acadêmicos anteriores da disciplina. Com os 48 cargos de repórteres definidos e nove de editores, foi feito um sorteio que estabeleceu a ordem de escolha da sua função para 57 alunos. O horário de atuação de cada editor foi estabelecido mais tarde, em comum acordo entre eles. Os que atuaram pela manhã preferiam atuar em faixas de horários horizontais em todos os dias da semana; e os que atuaram à tarde ou noite, preferiram trabalhar em períodos (vespertino ou noturno) em determinados dias da semana (Quadro 1). Dois alunos reconhecidos pelas suas habilidades técnicas e no gerenciamento de redes sociais foram apontados pelas diferentes turmas para serem editores de mídias sociais e responsáveis técnicos. Cada repórter ficou encarregado de produzir uma matéria, sendo previstas dez entradas de repórteres ao dia (das 5h da manhã à 1h da madrugada), durante cinco dias na semana (da segunda, 6 de maio de 2016, à sexta-feira, 10 de maio de 2016), o que somaria a emissão de dez matérias ao dia (uma a cada duas horas) e 50 na semana. Os horários foram assim divididos a fim de controlar o fluxo de produção de forma a proporcionar ao espectador notícias novas ao longo de todo o dia, sem sobrecarregá-lo em determinados horários, e ter repórteres disponíveis para notícias inesperadas durante todo o dia. O Facebook, vale ressaltar, não permite transmissões ao vivo simultâneas.

O repórter poderia usar somente o smartphone para a transmissão de matérias, sem auxílio de outros aparelhos acoplados ou não, e sem auxílio de terceiros. Ele teria liberdade para escolher sua pauta em comum acordo com o editor. A pauta deveria ser adequada à linha editorial do veículo que, ficou assim definida na fase de criação e planejamento: notícias do dia a dia da cidade e região metropolitana, de interesse público, que facilitem a vida do cidadão, que defendam seus direitos, que vigiem o bom funcionamento dos serviços ofertados pelo poder público.

As reportagens não teriam tempo de duração bem definido, dependeriam do tipo de notícia e do bom senso do repórter. De qualquer forma, para assuntos corriqueiros, tomou-se como base os tempos padrões de reportagens normais dos telejornais. O repórter deveria, ao final da sua entrada ao vivo, identificar-se e informar que transmitia para o CuritibaAgora. Embora os horários das entradas estivessem previamente definidos, entradas não previstas seriam bem-vindas caso surgissem notícias significativas inesperadas que



justificassem a quebra do estabelecido. Esta decisão caberia a um acordo imediato, feito de forma virtual, entre editor, repórter e editor-chefe.

O título da matéria seria redigido inicialmente pelo repórter na sua entrada ao vivo e revisado imediatamente ao término da transmissão pelo editor, com tamanho máximo de 60 caracteres. O número de caracteres foi estabelecido nos testes prévios, por proporcionar boa leitura nas telas dos celulares. Caberia ao editor adicionar as *hashtags* estabelecidas (#PUCPR, #Jornalismo, #Reportagens, #CuritibaAgora), cuja escolha se deu para chamar mais leitores via mecanismos de aglutinação de assuntos do Facebook. Um exemplo da concretização desta etapa do trabalho do editor na página do CuritibaAgora no Facebook pode ser visto na Figura 3.

Também seria função do editor mediar a interação com o público, respondendo comentários; ouvir os “outros lados” das matérias e elaborar erratas, se necessário. Um bom exemplo da aplicação do planejado, neste sentido, é publicação uma matéria sobre comerciantes reclamando que moradores de rua dormem sob as marquises em frente aos seus estabelecimentos, sujam os locais e assim afastam a clientela. Houve interferência do público (interação com o receptor) para que se ouvisse a Fundação de Ação Social (FAS) da Prefeitura de Curitiba sobre o trabalho desenvolvido no atendimento aos moradores de rua. O editor respondeu ao comentário, enviou um e-mail à FAS e repassou o pedido aos editores-chefes. Logo, encontrou-se um repórter com disponibilidade para entrevistar um funcionário da Fundação e uma nova matéria sobre o assunto moradores de rua entrou no ar contendo os procedimentos do poder público municipal em relação ao assunto.

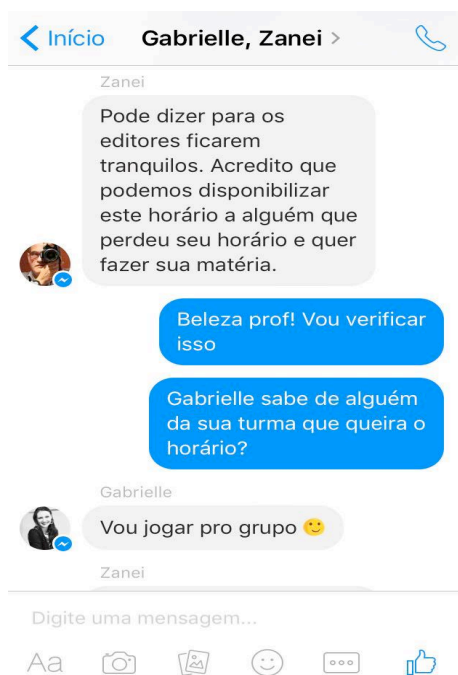
Figura 3 - Captura de tela dos títulos, créditos e hashtags postados junto com as reportagens.



FONTE: Copiado de CuritibaAgora (2016).

Já aos editores-chefes caberia, conforme o planejamento, a coordenação geral do trabalho em execução pelas diversas editorias, por meio de contato permanente com todos os editores em trabalho no seu turno e assim controlar as entradas de matérias ao vivo e tomar decisões em conjunto com o secretário de redação sobre questões mais complexas. Assim se deu na prática e, a título de exemplo, se reproduz parte de uma tomada de decisão conjunta na Figura 4. Também conforme está na mesma Figura, o secretário de redação, pelo planejado, teria o controle total de todo o trabalho, mas só seria demandado nas questões principais, por meio do Messenger do Facebook, deixando a administração intermediária com os editores-chefes e editores.

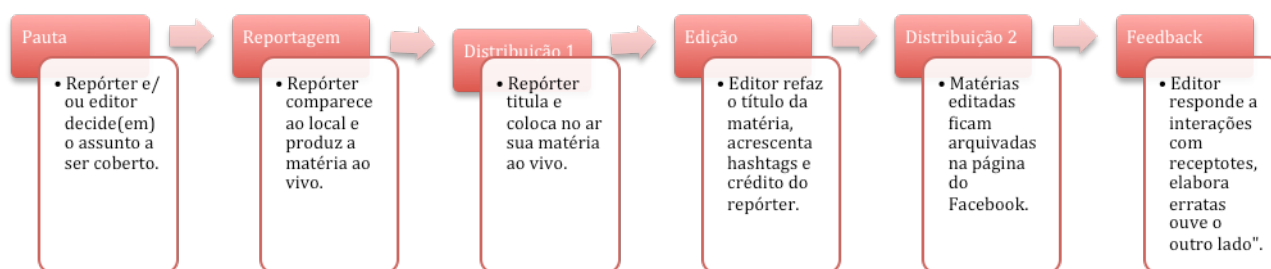
Figura 4– Captura de tela da conversa entre uma editora-chefe e o secretário de redação.



Fonte: Copiado do Messenger do CuritibaAgora (2016).

O processo de produção de matérias, edição, veiculação e de interação com os receptores foi criado, testado e treinado antecipadamente à semana que o CuritibaAgora esteve no ar. Na prática, mostrou-se funcional e adequado. Este processo está resumido no fluxograma da Figura 5.

Figura 5 – Fluxograma do processo de produção



FONTE: Os autores (2016).

### 3.2 Execução, resultados e análises

Na semana de produção, todos os envolvidos estavam separados fisicamente e espalhados pelos bairros de Curitiba e de cidades metropolitanas, e se reuniram apenas no ciberespaço por meio das ferramentas acertadas previamente, colocando em prática, desta forma, a Redação Virtual pretendida. As reportagens foram feitas utilizando-se apenas de aparelhos móveis com conexão à internet por dados móveis ou *wi-fi*. Foram previstas 50 reportagens. Como resultado obteve-se 50 matérias, porém três feitas um dia após a data prevista para o término do experimento. E nem todos os repórteres conseguiram entrar ao vivo. Do total, 27 matérias foram transmitidas ao vivo e 23 entraram como reportagens gravadas postadas em maioria poucos minutos após sua produção e dentro dos períodos previstos na grade horária inicial (Quadro 2).

Quadro 2 – Os resultados da produção

DIA DA SEMANA	QUANTIDADE DE MATÉRIAS		
	VEICULADAS	AO VIVO	GRAVADAS
Segunda-feira	7	4	3
Terça-feira	10	6	4
Quarta-feira	8	4	4
Quinta-feira	12	7	5
Sexta-feira	9	5	4
Sábado	4	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>27</b>	<b>23</b>

\*Alguns alunos que tiveram problemas em ou ao realizar suas matérias durante a semana solicitaram segunda oportunidade de produzi-las no sábado, dia de cobertura inicialmente não previsto no projeto.

FONTE: Os autores (2016).

Os principais impedimentos para as entradas ao vivo encontrados pelos repórteres foram conexão de internet deficiente e marcas de smartphone sem as ferramentas

necessárias para todas as operações demandadas no momento. Pode-se afirmar que o motivo mais recorrente foram as conexões deficientes (ver Quadro 3), mesmo que, em muitos casos, devido às pressões e atribulações causadas pela entrada ao vivo, não foi possível detectar o motivo exato das falhas, daí a inexistência de estatísticas mais precisas a respeito neste artigo.

O fato das transmissões serem ao vivo implicaram também em alguns erros editoriais dos repórteres e pouco controle da sua parte sobre questões técnicas, dados os limites do smartphone e também porque uma das propostas do experimento ser que toda a operação fosse feita somente por ele, sem auxílio de terceiros. Também houve erros causados pelos entrevistados que, muitas vezes, não entendiam que se tratava de uma transmissão ao vivo para um veículo de comunicação real, dado o inusitado do aparelho, que resultaram em algumas interferências e comentários durante a matéria, sem possibilidade de correção em edição posterior. Os principais problemas detectados nas etapas de produção e distribuição estão descritos no Quadro 3.

Apesar de não ter sido realizada divulgação intensa do projeto, a receptividade por parte do público foi boa. Em média, os vídeos tiveram 306 pessoas alcançadas e 66 pessoas envolvidas com as publicações por meio de curtidas e comentários. A transmissão de maior expressão chegou a 2.967 pessoas alcançadas. Estes dados foram capturados no primeiro domingo após a semana da experiência, 12 de julho (CURITIBAAGORA, 2016).

Por se tratar de uma experiência acadêmica pode-se considerar que os problemas enfrentados foram contornados de maneiras positivas e os objetivos delineados foram alcançados. Colocou-se no ar um jornal ao vivo, feito inteiramente por meio de dispositivos móveis trazendo matérias ao longo de todo o dia durante uma semana. Pautas dos mais diferentes lugares e assuntos de interesse público e que afetam a vida do cidadão.

Quadro 3 – Principais problemas detectados nas etapas de treinamento e/ou produção.

PROBLEMAS	DESCRIÇÃO	POSSIBILIDADE DE SOLUÇÃO
<i>Conexão deficiente *</i>	Em certos momentos e/ou locais, as conexões 3 e 4G mostraram-se fracas, inexistentes ou deficientes, o que algumas vezes impediu entradas ao vivo, causou interrupções ou gerou problemas de imagens e áudio.	Melhora da qualidade das conexões pelas empresas fornecedoras.
<i>Conexão deficiente **</i>	A conexão deficiente obrigou alguns repórteres a mudar pautas e realizar somente as passíveis de transmissão em locais com <i>wi-fi</i> ou mesmo obrigaram-se a transmitir de longe do local onde o cerne da notícia ocorria.	Melhora da qualidade das conexões pelas empresas fornecedoras.
<i>Enquadramento de cena *</i>	Impossibilidade do repórter enquadrar-se nas “passagens” e mudar o enquadramento para a cena noticiada sem saltos na imagem, na falta de aparelhos com duas câmeras que permitam sua alternância durante a operação.	A cena deve estar acontecendo atrás do repórter, assim ele consegue variar do enquadramento da imagem de si próprio e da cena noticiada sem as indesejáveis imagens “corridas”.
<i>Aparelhos inadequados *</i>	Smartphones cuja tecnologia não permitia transmissões precárias e/ou não tinha recursos/capacidades suficientes para emitir qualidade mínima de imagem/som.	Usar aparelhos de última geração.
<i>Aparelhos inadequados *</i>	Smartphones sem a função verso e reverso, ou não permitiam mudar de uma para outra durante as transmissões, o que poderia funcionar como “alternância de câmera” ou “plano e contraplano” entre o repórter e o entrevistado ou cenas.	Usar aparelhos que permitam a transição entre verso e reverso durante a gravação.
<i>Variação de áudio *</i>	Diferenças marcantes entre o volume de áudio da voz do repórter e a do entrevistado e impossibilidade de aproximar o aparelho do entrevistado porque se está fazendo imagens concomitantemente.	Colocar o entrevistado ao lado de repórter e não à sua frente, o que permite simplesmente mudar o enquadramento sem saltos com sem alterar a distância entre ambos.
<i>Variação de áudio *</i>	Diferenças marcantes entre o volume de áudio da voz do repórter e a do entrevistado.	Utilizar microfones e fones de ouvido próprios para conversas telefônicas sem as mãos.
<i>Áudio aberto **</i>	Os microfones dos smartphones são abertos demais e captam os ruídos ao redor das entrevistas.	Instalação de aplicativos que reduzem ruídos ao redor.
<i>Imagens tremidas *</i>	Devido ao smartphone estar em mãos do repórter, muitas vezes em deslocamento.	Há artifícios, como paus de selfies ou suportes, mas seu uso fugiria à proposta do projeto.
<i>Produção ao vivo *</i>	Erros do repórter e outras interferências imprevistas sem possibilidade de correção pela inexistência de processo de edição.	Melhor treinamento dos repórteres e prática profissional.
<i>Entrevistados desconhecem jornalismo pelo smartphone ao vivo **</i>	Os entrevistados não entendem bem que se trata de entrevista real para um veículo de comunicação e que a transmissão é ao vivo, o que resulta em interferências e comentários inadequados durante a transmissão.	Explicações mais adequadas, quando possível, ao entrevistado.
<i>Imagens noturnas escuras demais **</i>	As imagens noturnas em ambientes não iluminados resultam em imagens escuras demais.	Uso de equipamentos externos de iluminação, porém fugiria à proposta do projeto.

\* Problemas detectados na fase de treinamentos. \*\* Problemas detectados na fase de produção.

FONTE: Os autores (2016).

## 5 Considerações

Os *smartphones* são instrumentos suficientes para se exercer jornalismo em ambiente digital, desde o planejamento de edições, produção de reportagens, edição, veiculação, distribuição e interação com o público; assim como as redes sociotécnicas podem ser usadas a contento com plataformas para veículos jornalísticos inovadores.

Veículos de comunicação tradicionais como jornais impressos, revistas, tele e radiojornais, e até certo ponto os sites de notícias, mostram-se pouco ágeis em termos de inovações e usufruem lentamente das rápidas evoluções tecnológicas, mantendo por muito tempo suas formas de produção, formatações e distribuição consolidadas, o que pode torná-los rapidamente obsoletos, ao ponto de inviáveis economicamente. Por outro lado, estes veículos também pouco demandam em tecnologias próprias, pouco prospectam em inovações tecnológicas para si ou para o desenvolvimento de produtos ou veículos jornalísticos segmentados, sendo que formatações específicas para cada situação, cada público, cada aparelho de recepção são demandas urgentes para a sobrevivência das organizações jornalísticas.

A pesquisa aplicada CuritibaAgora demonstrou não somente ser possível o jornalismo imediatista característico dos tempo de internet, ao vivo, de cobertura cidadã de uma metrópole, como também propôs um processo de trabalho de produção simples e ágil de capaz atingir o receptor de forma escalonada, e um formato de transmissões sem sobreposição de matérias e com uma destruição de conteúdos racional espalhadas durante o dia, com cobertura de abrangência metropolitana com características cidadãs. Os problemas de qualidade de imagens, de áudio e de qualidade de sinal para as transmissões, acredita-se, serão minimizados em futuro próximo com a melhora dos equipamentos e, espera-se, também do sinal de transmissão no país.

Demonstrou também, que este tipo de jornalismo é econômico e eficaz por não requerer investimentos pesados em equipamentos de produção e de transmissão, por se valerem apenas do *smartphone* e das redes sociotécnicas. Evidentemente, fica em aberto estudos mais aprofundados em relação a custos com pessoal, uma vez que este experimento valeu-se do trabalho dos alunos, assim com os custos com deslocamentos, que neste caso também ficaram por conta dos realizadores.

## Referências bibliográficas

- CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC.BR). **O uso do celular cresce entre os brasileiros, revela Cetic.br**. 2015. Disponível em: <http://cetic.br/noticia/uso-da-internet-pelo-celular-cresce-entre-os-brasileiros-revela-cetic-br/>. Acesso em: 11, mar. 2016.
- CURITIBAAGORA. Disponível em: <https://www.facebook.com/curitibaagorapuc/>. Acesso em: 27, jun. 2016.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE – **Pesquisa Nacional Por Amostragem de Domicílios**. 2014. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94935.pdf>. Acesso em: 6, abr. 2016.
- Jenkins, H., 2008, **Cultura da Convergência**, São Paulo, Aleph.
- PEW RESEARCH CENTER. **Internet seen as positive influence on education but negative influence on morality in emerging and developing nations**. Mar. 2015. Disponível em: <http://www.pewglobal.org/files/2015/03/Pew-Research-Center-Technology-Report-FINAL-March-19-20151.pdf>. Acesso em 22, mar. 2015.
- QUANDT, C.; SOUZA, Q. Conceitos gerais sobre redes sociais. In: DUARTE, F.; QUANDT, C.; SOUZA, Q. (Orgs.). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008. p. 31-63.
- PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- BARCELLOS, Z.; GONZATTO, R.; BOZZA, G. Jornalismo em segunda tela. Webjornal produzido com dispositivos móveis em redação virtual. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 3, n. 2, dez, 2014. Disponível em: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/viewFile/185/74>. Acesso em: 16, abr. 2016.