

Cartografia dos aplicativos de jornais ibero-americanos para iPad

Mapping Ibero American newspapers' apps for iPad

Juliana COLUSSI¹

Resumo

Este trabalho realiza o mapeamento dos aplicativos para iPad de jornais de referência de países ibero-americanos. Como parte inicial de uma pesquisa mais ampla, o objetivo principal deste estudo é identificar o modelo dos apps e o formato do conteúdo que os apps analisados oferecem à audiência. A partir da observação sistemática dos objetos de estudo, analisar-se-ão elementos do formato para identificar se o conteúdo é publicado em PDF ou atualizado continuamente. Outra categoria de análise corresponde ao tipo de conteúdo, já que nos interessa saber se a publicação é uma reprodução do impresso ou da web, ou se é um produto autóctone para iPad, que explora as potencialidades do dispositivo.

Palavras-chave

Jornalismo móvel; Jornais ibero-americanos; Aplicativos.

Abstract

This work proposes to undertake a mapping of Ibero American countries leading newspapers' applications for iPad. As an initial part of a broader research, the aim of this study is to identify the model of the apps and the content format that analyzed apps offer the audience. From the systematic observation of objects of study, it will be analyzed the elements format to identify if the content is published in PDF or updated continuously. Another category of analysis corresponds to the content type, since we are interested in whether the publication is a reproduction of the printed or the web, or are a native product for iPad, which explores the device capabilities.

Keywords

Mobile journalism; Ibero American newspapers; Apps.

EIXO TEMÁTICO

RECEBIDO EM 18 DE JANEIRO DE 2016
ACEITO EM 10 DE MARÇO DE 2016

¹ Jornalista. Doutora em Jornalismo pela Universidad Complutense de Madrid. Conferencista do Simpósio Internacional sobre Jornalismo em Ambientes Multiplataforma, realizado em João Pessoa em novembro de 2015. Atualmente é pesquisadora de Pós-doutorado no Programa de Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), com bolsa PNPd/Capes. Contato: julianacolussi@gmail.com

Introdução

Os aplicativos de jornais para iPad e demais dispositivos móveis são apenas um exemplo entre os diversos produtos jornalísticos que surgem com a convergência midiática (JENKINS, 2009). A evolução da web, o desenvolvimento tecnológico e a criação de novos recursos hipermídia propiciaram a construção deste cenário. No contexto atual, o consumo de conteúdo em múltiplas plataformas, a participação dos usuários através das redes sociais e a criação de comunidades virtuais para compartilhar inteligência coletivamente (LÉVY, 1998) correspondem a algumas das mudanças de paradigmas, identificadas como práticas comuns da cibercultura (LEMOS, 2003).

Na cultura da convergência, os usuários preferem utilizar dispositivos móveis, como *smartphone* e *tablets*, para atuar nas comunidades virtuais, produzir conteúdos e publicá-los nas redes sociais e, inclusive, para consumir de forma mais participativa. Essa realidade está fazendo com que os meios de comunicação desenvolvam conteúdos interativos que exploram as especificidades técnicas dos dispositivos móveis. Concomitantemente surgem novos perfis profissionais nas redações, onde há uma maior integração entre designers, jornalistas, *community manager* e programadores.

Na comunicação, de acordo com Jenkins (2009), a convergência, por um lado, representa uma oportunidade de expansão para os conglomerados de mídia, que têm a possibilidade de criar novos produtos para distribuí-los através de múltiplas plataformas. E, por outro lado, a convergência representa um risco, já que os meios de comunicação temem uma fragmentação dos seus mercados. Ou seja, cada vez que um espectador se traslada da televisão para a internet, pode ser que não regresse à telinha.

Inseridos no cenário da convergência midiática, os aplicativos de jornais para iPad, como as edições vespertinas exclusivas para o consumo em *tablets*, integram o que Suzana Barbosa (2013) denomina quinta geração de jornalismo em redes digitais. Esses apps são produtos

jornalísticos autóctones² que se enquadram na medialidade, horizontalidade e no continuum multimídia – características próprias desta fase do ciberjornalismo³. A produção jornalística contemporânea inclui diversos formatos de conteúdo, combinando textos, vídeos (tradicional e panorâmico), áudios, fotografias, infográficos (estático e interativo), *slideshows*, *newsgames*, animações e linha do tempo.

Considerando que os apps de meios de comunicação ainda são um objeto de estudo relativamente novo nas pesquisas de Jornalismo, este trabalho propõe a realização de um mapeamento dos aplicativos de jornais de referência ibero-americanos⁴ para iPad, com o objetivo de identificar os tipos de apps e o formato do conteúdo que oferecem aos usuários.

Cabe justificar aqui a escolha do dispositivo. A pesquisa limitar-se-á a este tipo de *tablet* por ter sido o primeiro a ser comercializado em massa (lançado em 2010), ser o mais difundido entre o público e por ter sido o foco dos primeiros *apps* de jornais. Um fator importante é o êxito das vendas desses aparelhos. Nos últimos meses de 2012, 43,6% dos *tablets* vendidos foram iPads. Segundo um anúncio da Apple em janeiro de 2013, a empresa tinha vendido 22,9 milhões de unidades do aparelho no último trimestre. Atualmente já superou o montante de 225 milhões de

² Termo utilizado para se referir a produtos jornalísticos criados para atender as potencialidades dos dispositivos móveis.

³ O conceito de medialidade (GRUSIN, 2010) se refere à presença de tecnologias digitais em rede empregada em todos os processos de produção, edição e distribuição dos produtos jornalísticos. “As atuais rotinas de produção pressupõem o emprego de softwares, de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação e de publicação, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização, metadados semânticos, etc. Com isso, já não se tem uma oposição entre meios antigos/tradicionais e os *new media*. Sendo assim, medialidade explica melhor esse panorama, quebrando a retórica do ‘novo’ e, acrescentamos, dissipando a equivocada ideia de concorrência entre meios que compõem um mesmo grupo jornalístico multimídia” (BARBOSA, 2013, p. 34). A noção de *continuum* multimídia reflete o fluxo de informação horizontal e dinâmico presente no estágio atual de evolução do jornalismo em redes digitais. Segundo Barbosa (2013, p. 38) “o conceito abrange aspectos relacionados aos desenvolvimentos tecnológicos, à absorção de novos procedimentos para realizar os processos e rotinas de produção do jornalismo, como também os avanços já empreendidos nos estudos para o melhor entendimento do fenômeno da convergência jornalística, suas particularidades, consequências e também divergências. Ademais, *continuum* multimídia compõe um dos traços característicos para o que se depreende como novo estágio de evolução para o jornalismo em redes digitais”.

⁴ Optou-se por utilizar o termo ibero-americano de acordo com o significado da RAE (Real Academia Espanhola), que além de considerar os países latino-americanos, também inclui Portugal e Espanha.

unidades vendidas. Embora haja uma previsão de queda de aproximadamente 20% nas vendas do dispositivo com relação a 2014, foram comercializados 12,6 milhões de unidades no primeiro trimestre de 2015 (HAN; WOLFGRAM, 2015).

Primeiros jornais no iPad

Embora a Apple tenha apresentado o primeiro modelo do iPad no início de 2010⁵, somente em fevereiro de 2011 ocorreu o lançamento do *The Daily* (EUA), o primeiro veículo de notícias em todo o mundo produzido exclusivamente para o iPad⁶. Desenvolvido pela News Corporation, de Rupert Murdoch, o aplicativo durou pouco menos de dois anos, tendo seu encerramento em 15 de dezembro de 2012.

Alguns jornalistas brasileiros perceberam que este tipo de mídia poderia ser uma grande oportunidade e decidiram investir no desenvolvimento do *Brasil 247*. Lançado em março de 2011, o *Brasil 247*, assim como o *The Daily* no início, era um veículo somente para leitura em iPad (LIMA, 2012). Diferentemente de outros produtos jornalísticos que surgem na sequência, o *Brasil 247* é gratuito.

Agora se formos nos referir a aplicativos de grandes empresas de comunicação, logo após a apresentação do iPad, o *New York Times* lançou seu app para o dispositivo. Também convém sinalizar a parceria entre a revista *Wired* e a Adobe para o desenvolvimento de um sistema de publicação digital para o *tablet* da Apple.

No Brasil, o *Estadão* foi o primeiro jornal a lançar um aplicativo para tablet (Android e iOS) em abril de 2010. O *Estadão Tablet* passou a oferecer as notícias publicadas no portal do jornal em uma versão mais

⁵ O iPad não foi o primeiro tablet a ser concebido. O dispositivo eletrônico móvel existia desde 1945, quando Vannevar Bush propôs Memex, seguido dos protótipos Styalator (1957), de Tom Dimond; pelo RAND Tablet (1961) e pelo Dynabook (1968), criado por Alan Key. A demonstração deste último está disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=r36NNGzNvjo>. Não obstante, até o surgimento do iPad o mercado foi marcado por fracassos comerciais a partir da década de 1980. A Apple, por exemplo, tinha fracassado com o lançamento do Newton, em 1992. Dois anos mais tarde, Roger Fidler apresentou o Tablet Newspaper (vídeo de apresentação: <<https://www.youtube.com/watch?v=JBETPQDQNCI>>), que tampouco obteve êxito comercialmente.

⁶ De acordo com Cunha (2015), o pioneirismo do *The Daily* abrange também o modelo de negócio, já que oferecia assinaturas dentro do app e não por meio da App Store (modelo in-app subscription da Apple).

intuitiva para o usuário. Em novembro do mesmo ano, a *Folha de S. Paulo* também lançou seu app.

Depois de que revistas, jornais e outros meios de comunicação começaram a disponibilizar seus conteúdos através de aplicativos para usuários de *tablets*, *O Globo a Mais* surge, em 28 de janeiro de 2012, como um produto pioneiro no Brasil⁷. Uma edição vespertina, publicada de segunda a sexta-feira a partir das 18h, com conteúdo exclusivo para tablet. Não obstante, o fenômeno se tornou mais popular desde que o italiano *La Repubblica Sera* publicou sua edição vespertina para tablet em novembro de 2011. A partir da análise do *La Repubblica Sera* e outras publicações de diários italianos para esse dispositivo, Elena Valentini (2012) lança *Dalle gazzette all'iPad*, no qual sugere diretrizes que os jornais deveriam seguir neste tipo de edição. Em realidade, a primeira experiência de um produto jornalístico autóctone para tablet surgiu em março de 2011, com o lançamento do *The Time* – o Ipad Evening Editing, publicado a partir das 17 horas.

Trata-se de aplicativos de jornais autóctones, desenvolvidos por uma equipe de profissionais que se dedicam exclusivamente à produção da edição vespertina, oferecendo um produto diferenciado aos usuários de tablet (BARBOSA; SILVA; NOGUEIRA, 2013).

Antes do iPad, alguns jornais de referência ofereceram conteúdo para e-readers, principalmente para o Kindle, da Amazon. Entre eles estão *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *Financial Times*, *The Times*, *Le Monde*, *Clarín*, e *O Globo e Zero Hora*.

Não menos importante foi a experiência do jornal nipônico *Mainichi Shimbun*, que apresentou Zaurus – o primeiro suporte digital com conteúdo jornalístico especialmente pensado para ser lido numa tela eletrônica portátil (FIDLER, 1997). Os conteúdos eram atualizados duas vezes por dia, cinco vezes por semana ou quando havia assuntos de interesse público. O dispositivo podia armazenar até 18 histórias para leitura *off line*, além de incluir gráficos e fotografias.

⁷ Posteriormente surgem outros dois apps autóctones vespertinos de jornais de referência no Brasil: *Estadão Noite* e *Folha 10*. Apenas o vespertino do *Estadão* continua sendo produzido.

Outra experiência anterior ao iPad foi a do *El Periódico*. O diário espanhol propôs conteúdos jornalísticos para o News-Pad 8, com tela de 10,4 polegadas, desenvolvido pela Acorn do Reino Unido. Era uma proposta com certa limitação quanto ao desenho das páginas, na qual incluíam recursos textuais, imagens e vídeos (GÜERE, NEVES, 2012, p. 10).

Características e modelos dos apps de jornais

Os diferentes modelos de *tablets* seguem a lógica dos *smartphones* e funcionam com base em aplicativos. Ao se tratar de um pequeno programa desenvolvido para serem instalados no sistema operacional do dispositivo móvel, os apps permitem ao usuário ter acesso a diferentes tipos de conteúdo e jogos *online* ou *offline*. No caso dos apps de jornais, o mais interessante é que o usuário do dispositivo não precisa mais acessar o conteúdo através de um navegador.

O modelo dos primeiros aplicativos de jornais se dedicou à transposição de conteúdos da edição impressa, assim como ocorreu na primeira fase do ciberjornalismo. Alguns diários começaram a fazer a transposição das publicações da própria web para o app. Essa foi a constatação de alguns estudos sobre apps de meios de comunicação (CUNHA, 2011; BELOCHIO, 2012; CONDE, 2013). Ao comparar o conteúdo do app com as publicações do site do *El País* em análise realizada em junho de 2012, Conde (2013, p. 115) indica que “os textos, elementos multimídia e hiperligações são praticamente idênticos na web e no aplicativo”. Ademais, constatou-se uma supressão na quantidade de fotografias e links no conteúdo publicado pelo jornal no iPad, em relação à publicação na web. Nesse sentido, “[...] a transposição de conteúdo parece não levar em conta de maneira satisfatória as potencialidades tecnológicas apresentadas pelas características do dispositivo [...]”, não havendo diferenças na estrutura da notícia entre as duas plataformas (CONDE, 2013, p. 116).

A pesquisa de Belochio (2012), que apresenta uma comparação entre as edições impressa, web e para dispositivos móveis (*tablet* e *smarthphone*) do *Zero Hora*, aponta que não existia, naquele momento,

investimentos na produção de conteúdos para cada suporte. No jornal do Grupo RBS, faltava recursos para a contratação de equipes exclusivas⁸.

Quanto aos aplicativos que replicam a edição impressa em PDF ou reproduzem a atualização automática do conteúdo da web do jornal, preferimos denominá-los de transpositivo, reunindo o que Güere e Neves (2012) classificam separadamente como app de diário de notícias que imitam sua versão impressa e app de jornais com conexão à versão web. Na mesma linha coincidem Canavilhas e Satuf (2014), que denominam o primeiro de Modelo Suporte e o segundo de Modelo Agência. Embora saibamos que a versão impressa foi a primeira a ser transposta ao *tablet*, entendemos que, quando o jornal reproduz as atualizações da própria web no app, também se trata de uma transposição de conteúdo.

Considerando que os meios de comunicação participam de um processo no qual experimentam diferentes modelos de negócio, principalmente depois da inclusão de aplicativos e produtos informativos em dispositivos móveis (CEBRIÁN; FLORES, 2012), os apps híbridos e nativos passam a ser uma das apostas dos jornais para se reinventarem.

O app de tipo híbrido se caracteriza por reunir elementos dos sites, do impresso, ao mesmo tempo, e das funcionalidades do tablet, como o uso de geolocalização para a oferta de conteúdos próximos (CUNHA, 2015, p. 49). Trata-se de um estágio de desenvolvimento intermediário, entre o transpositivo e o autóctone.

Já o modelo autóctone é utilizado para identificar produtos jornalísticos desenvolvidos originalmente para *tablets*. Tem como principal característica a exploração das especificidades do dispositivo, como a taticidade (PALACIOS, CUNHA, 2012), a geolocalização e a personalização. Ademais, conta com equipes exclusivas que apostam na linguagem multimídia e investem em novas práticas de produção e modelos de negócios específicos (PALACIOS, BARBOSA, FIRMINO, CUNHA, 2014). As edições vespertinas para *tablet*, como o extinto *O Globo a mais* e o recém-lançado *ZH Noite*, seguem essa dinâmica.

⁸ Desde dezembro de 2015, o *Zero Hora* publica o *ZH Noite*, uma edição autóctone para *tablet*. Os assinantes da edição digital têm acesso ao conteúdo do vespertino.

Metodologia da pesquisa e amostra

Este trabalho apresenta um mapeamento dos aplicativos de jornais de referência ibero-americanos para iPad. Como parte inicial de uma pesquisa mais ampla, o objetivo deste estudo é identificar o formato e o tipo de conteúdo que os apps analisados oferecem aos usuários desse dispositivo.

A análise inclui aplicativos de 15 jornais de referência de 9 países ibero-americanos: *La Nación* e *Clarín* (Argentina), *El Mercurio* e *La Tercera* (Chile), *El Comercio* (Peru), *El Tiempo* (Colombia), *Reforma* (México), *Prensa Libre* (Guatemala), *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo* (Brasil), *El País* e *El Mundo* (Espanha), *Público* e *Diário de Notícias* (Portugal). Convém sinalizar que, para a seleção da amostra, foram considerados todos os aplicativos dos respectivos diários disponíveis na Apple Store, a exceção dos apps desenhados para o envio de material por parte da audiência, como o *Você no Estadão*.

O mapeamento dos aplicativos dos jornais de referência ibero-americanos foi realizado entre os dias 9 e 15 de novembro de 2015. O trabalho se dividiu em duas etapas: 1) pesquisa de campo dos aplicativos de jornais de referência ibero-americanos para iPad na App Store e 2) análise dos apps quanto ao formato e ao tipo do conteúdo. No caso dos aplicativos em que a atualização do conteúdo é contínua, consultou-se o site do jornal para verificar se a publicação é uma reprodução da web.

A partir da observação sistemática dos objetos de estudo, analisamos os elementos do formato para identificar se o conteúdo é publicado em PDF ou atualizado continuamente. Outra categoria de análise corresponde ao tipo de conteúdo, já que nos interessa saber se a publicação é uma reprodução do impresso ou da web, ou se o conteúdo é um produto autóctone para iPad.

Mapeamento dos apps de jornais ibero-americanos

Considerando-se que os apps de diários dentro do aplicativo Banca da Apple e de outros apps tipo banca (como Perú Periódicos e Kiosko Clarín) e aqueles que estão fora das bancas e disponíveis para download diretamente na App Store, mapeamos, no total, 26 aplicativos. A cartografia dos aplicativos corresponde a um estudo que abrange 15

jornais de referência em nove países ibero-americanos, em que se apresenta e compara o formato e o tipo de conteúdo publicado (tabela 1).

Tabela 1

Formato do conteúdo oferecido nas apps de jornais ibero-americanos para iPad

Formato do conteúdo	% de app por tipo	N.º de apps por tipo
PDF	38,5%	10
Site	30,8%	8
Híbridos	23%	6
Autóctones	7,7%	2
Total	100%	26

Fonte: elaboração própria.

Os conteúdos em PDF correspondem à versão digital da edição impressa do jornal, enquanto que o formato site se refere à reprodução das publicações da web. No segundo caso, é como se o usuário estivesse conectado ao site do próprio jornal. A única diferença é que não precisa abrir o navegador, basta acessar o app. Já no modelo híbrido, os jornais incluem mais de um formato de conteúdo (PDF, web e/ou autóctone). Por último, o app tipo autóctone oferece conteúdo que explora as potencialidades do iPad, como a taticidade e o acelerômetro.

Identificamos dois grupos de aplicativos de jornais. O primeiro inclui os apps que oferecem ao usuário apenas um tipo de conteúdo – edição digital do impresso em PDF, reprodução idêntica do conteúdo da web ou produto jornalístico autóctone. Já o segundo grupo reúne os apps híbridos, com um menu que combina mais de uma opção de formato. Do primeiro grupo, formam parte 20 apps (77%), conforme a tabela 2. Desse total, apenas dois aplicativos – *El Tiempo* e *El Mundo HD* – oferecem um app para publicação exclusiva de conteúdo autóctone para iPad. Encontram-se, no segundo grupo, 6 (23%) dos aplicativos analisados:

Clarín para iPad, Estadão Tablet, O Globo app, El País para iPad e Público HD.

Tabela 2

Relação de apps com conteúdo em PDF

País	Jornal	App
Argentina	La Nación	Banca Apple
Argentina	Clarín	Kiosko Clarín/ Banca Apple
Chile	La Tercera	La Tercera
Peru	El Comercio	Periódicos Peruanos/ Perú Quiosco
Brasil	Folha de S. Paulo	Folha Impressa
Brasil	O Globo	Banca Apple
Espanha	El Mundo	Orbyt.
Portugal	Diário de Notícias	DN e-paper

Fonte: elaboração própria.

O mapeamento aponta que a maioria dos jornais de referência (38,5%) utiliza o aplicativo para a venda da edição digital em PDF, uma réplica do impresso, e outra parcela significativa (30,8%) reproduz a atualização contínua do conteúdo do próprio site (ver tabela 1). De acordo com o levantamento, 23% dos aplicativos são híbridos, ou seja, publicam conteúdos em mais de um formato – PDF, web e/ou autóctone. Convém sinalizar que entre os aplicativos de tipo híbrido, *El País para iPad* e *Estadão Tablet* – que possui o *Estadão Noite* integrado – oferecem

publicações consideradas nativas. Esse dado pode ser o indicativo de que os aplicativos de jornais de referências estão passando por uma fase de transição, já que apenas 2 apps (7,7%) são exclusivamente autóctone.

Jornais da Argentina, Chile, Peru, Brasil, Espanha e Portugal, como mostra a tabela 2, têm aplicativos como estratégia de negócio para vender a réplica da edição impressa em PDF. *Clarín* e *El Comercio*, por exemplo, apresentam dois apps com a mesma finalidade, que são respectivamente: *Kiosko Clarín e Banca Apple; Periódicos Peruanos e Perú Quiosco*⁹.

Tabela 3

Relação de apps com reprodução de conteúdo do site do jornal

País	Jornal	App
Argentina	La Nación	La Nación app
Peru	El Comercio	El Comercio (Último Minuto)/ El Comercio (site)
Guatemala	Prensa Libre	Prensa Libre
Brasil	Folha de S. Paulo	App.folha.com
Espanha	El País	El País
Espanha	El Mundo	El Mundo
Portugal	Diário de Notícias	DN

Fonte: elaboração própria.

La Nación, El Comercio, Prensa Libre, Folha de S. Paulo, El País, El Mundo e Diário de Notícias estão entre os diários de referência ibero-americanos que mantêm aplicativos que reproduzem o conteúdo do

⁹ Quiosco em espanhol significa banca.

próprio site (ver tabela 3). Chama-nos a atenção o *El Comercio* com dois apps do mesmo tipo, um que faz uma reprodução literal da web e o outro que traz a atualização das notícias de último minuto, também conforme o site do jornal. A app.folha.com oferece ao usuário de iPad o mesmo conteúdo e design do próprio site.

Tanto os apps de jornais para iPad que publicam uma réplica da edição impressa em PDF quanto os que proporcionam a atualização contínua do conteúdo diretamente da web deixam de explorar as especificidades do dispositivo, além de não desenvolver um produto autóctone.

Clarín para iPad, La Reforma, Estadão Tablet, O Globo app, El País para iPad e Público HD se encontram entre os aplicativos híbridos. Com exceção dos apps do *Estado de S. Paulo* e *El País* que também oferecem um produto autóctone, os demais reproduzem conteúdo da web e comercializam a edição do impresso em PDF num mesmo aplicativo (tabela 4), reduzindo assim a funcionalidade do *tablet* a um suporte. A hibridização, que favorece a presença de diferentes formatos de conteúdo em um único aplicativo, pode ser um indicativo de que os modelos de negócio do jornalismo móvel estão passando por uma fase de transição.

Tabela 4

Relação de apps híbridos

País	Jornal	App	Formato de conteúdo
Argentina	Clarín	Clarín para iPad	PDF e web
México	Reforma	La Reforma	PDF e web
Brasil	Estado de S. Paulo	Estadão Tablet	PDF, web e autóctone
Brasil	O Globo	O Globo app	PDF e web
Espanha	El País	El País para iPad	PDF e autóctone
Espanha	Público	Público HD	PDF e web

Fonte: elaboração própria.

De acordo com o mapeamento realizado, apenas *El Tiempo* (Colômbia) e *El Mundo* (Espanha) apresentam aplicativos autóctones que

oferecem à audiência um produto jornalístico exclusivo. No caso do app homônimo do jornal colombiano, trata-se de uma edição fechada, que explora algumas especificidades do dispositivo, como a taticidade e o acelerômetro. Por outro lado, *El Mundo HD* funciona com atualização contínua do conteúdo, que se diferencia daquilo que é publicado no site do diário espanhol. Quanto ao primeiro produto, o usuário pode fazer o download da edição, o que possibilita o consumo sem a necessidade de estar conectado a uma rede wifi. Já para consumir o conteúdo do *El Mundo HD*, é preciso necessariamente ter uma conexão de dados móvel ou wifi.

Considerações finais

Embora os jornais estejam apostando por novos modelos de negócio devido à crise do formato papel e em produtos para o consumo em dispositivos móveis, o mapeamento realizado neste trabalho surpreende ao constatar o baixo número de aplicativos de jornais de referência ibero-americanos que oferecem conteúdo autóctone para iPad. Apenas *El Tiempo* (Colômbia), *El Mundo HD* e *El País para iPad* (Espanha) e *Estadão Tablet* (Brasil) oferecem um produto jornalístico considerado autóctone.

Isso significa que a maioria dos apps de jornais ibero-americanos analisados neste estudo (84,6%) se dedica à venda de edições digitais em PDF – uma réplica do impresso – ou faz uso do aplicativo como suporte para a reprodução automática de conteúdo do próprio site. Sendo assim, a inovação existe apenas no sentido da mobilidade da leitura, já que não se exploram as especificidades do dispositivo.

Talvez os veículos tenham dificuldade financeira para manter equipes próprias para produzir conteúdo exclusivo para *tablet*, como foi constatado por Belochio (2012) ao realizar um estudo de caso sobre o *Zero Hora*. Não restam dúvidas de que seria necessário realizar uma pesquisa de campo nas redações para verificar os motivos pelos quais há pouca produção autóctone para *tablet* nos jornais ibero-americanos analisados.

O encerramento de edições vespertinas exclusivas para *tablet*, como ocorreu com os brasileiros *O Globo a Mais* e *Folha 10*, e o

lançamento do *ZH Noite* indicam que os aplicativos de jornais estão passando por uma fase de transição. Outro indicativo que corrobora esta hipótese é a presença de um grande número de apps híbridos, o que demonstra que parte dos diários prefere apostar num modelo de negócio em que se oferece mais de um conteúdo dentro do mesmo aplicativo.

Referências

- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Notícias e mobilidade**. Covilhã: Labcom, 2013, p. 33-54.
- BARBOSA, S.; FIRMINO DA SILVA, F.; NOGUEIRA, L. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. **Mídia e Cotidiano**, v. 2, n. 2, 2013, p. 241- 264.
- BELOCHIO, V. C. **Jornalismo em contexto de convergência: implicações da distribuição dos contratos de comunicação dos dispositivos móveis de Zero Hora**. Tese de Doutorado. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012.
- CABRAL, S. S. (2010). **Jornais brasileiros adaptam seus conteúdos para o iPad**. MacMagazine. Disponível em: <<https://macmagazine.com.br/2010/04/03/jornais-brasileiros-adaptam-seus-conteudos-para-o-ipad/>>. Acesso: 10 jan. 2016.
- CANAVILHAS, J.; SANTANA, D. C. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. **Líbero**, v.14, n.28, p. 53-66, 2011.
- CANAVILHAS, J.; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde. In: FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. (Orgs.) **Comunicação digital: 10 anos de investigação**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 35-60.
- CEBRIÁN, M.; FLORES, J. **Periodismo en la telefonía móvil**. Madrid: Fragua, 2012.
- CONDE, M. G. A estrutura da notícia na mídia digital: uma análise comparativa entre o webjornal e o aplicativo para iPad de El País. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Notícias e mobilidade**. Covilhã: Labcom, 2013, p. 99-120.
- CUNHA, R. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets**. Dissertação de Mestrado. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2011.
- CUNHA, R. **Design de informação em produtos jornalísticos para tablets: uma comparação Brasil-Espanha**. 2015. Tese (Doutorado em

- Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.
- FIDLER, R. (1998): *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires, Editora Granica.
- GÜERE, H.; NEVES, A. Introducción a las apps de noticias para dispositivos móviles. AE – IC 2012. Disponível em: <http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/104.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2015.
- HAN, S.; WOLFGRAM, A. iPad shipments expected to decline over 20% in 2015. **DIGITIMES**. Taipei, 4 May, 2015. Disponível em: <<http://www.digitimes.com/news/a20150504PD211.html>>. Acesso em: 03 ago. 2015.
- JENKINS, H. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: CUNHA, P. (org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.
- LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.
- LIMA, S. **Yes, iTouch: a case study of the first Brazilian news media for tablets**. 13th International Symposium for Online Journalism Austin, Texas / April 20-21, 2012, p. 1-15. Disponível em: <<https://online.journalism.utexas.edu/2012/papers/Soraia.pdf>>. Acesso em: 13 maio. 2013.
- O GLOBO. O Globo lança vespertino digital pioneiro no iPad, 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/o-globolanca-vespertino-digital-pioneiro-no-ipad-3786242#ixzz3xRIWGe6m>>. Acesso em: 09 maio. 2013.
- PALÁCIOS, M.; CUNHA, R. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. **Contemporânea**, v. 10, n. 3, p. 668-685, 2012.
- PALÁCIOS, M.; BARBOSA, S.; SILVA, F.F.; CUNHA, R. Aplicativos jornalísticos vespertinos para *tablets*. Cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. **Sobre jornalismo**, v.3, p. 40-55, 2014.
- SANJUÁN PÉREZ, A. et al. Usabilidad, interactividad y contenidos multimedia en la prensa para iPad: el caso de El País, El Mundo, ABC y La Razón. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Notícias e mobilidade**. Covilhã: Labcom, 2013, p. 73-97.
- VALENTINI, E. **Dalle gazzette all'iPad. Il giornalismo al tempo dei tablete**. Milano: Mondadori, 2012.