

# REPENSAR A IMPrensa NO ECOSISTEMA DIGITAL

CONGRESSO INTERNACIONAL  
Braga, 3 a 5 de julho de 2019  
<http://braga.ucp.pt/rpde2019/>



UNIVERSIDADE  
CATOLICA  
PORTUGUESA

BRAGA

**BOOK OF ABSTRACTS**

## *Novas Plataformas de Difusão de Conteúdos na área do Turismo e Património*

**Luis Teixeira (Universidade Católica Portuguesa)**

A passagem de meios de comunicação tradicionais como os jornais para o universo digital tem sido sinónimo de uma crise prolongada, mas tem também significado o aparecimento de novas oportunidades para a construção e difusão de conteúdos jornalísticos. As marcas de informação têm ultrapassado as dificuldades segmentando a sua produção em novas plataformas que lhes permitem acrescentar valor à sua produção e ir ao encontro de novos públicos.

Nessa busca de diversificação, o Jornal de Notícias, e o Global Media Group em que está inserido, tem vindo a aumentar o seu portfólio com a edição de novas revistas, caso da *Evasões* ou da *JN História*, ou em publicações esporádicas como a edição de gravuras históricas ou o guia do caminho português de Santiago. Esta é uma aposta clara no património e no turismo, um setor em franco crescimento. A Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2013) reportou, em 2012, pela primeira vez mais de mil milhões de viajantes internacionais. Em 2017, este valor foi de 1,323 mil milhões (UNWTO, 2017). De acordo com a UNWTO, este valor deve chegar aos 1,8 mil milhões de viajantes em 2030 (UNWTO, 2019).

Não sendo, na sua origem, empresas de cariz tecnológico, os jornais não estão especialmente dotados de recursos para elaborar as melhores soluções tecnológicas que lhes permitam competir num panorama digital em que as novidades são constantes e determinam a forma como a informação é partilhada e consumida. Têm, no entanto, do seu lado a matéria-prima (notícias, fotos, vídeo, arquivo) que representa, normalmente, o maior peso na coluna dos custos e estão já bem-adaptados para as técnicas e os ciclos de produção das novas plataformas.

Com a generalização dos smartphones - no início de 2013, as vendas globais de smartphones superaram as dos telemóveis comuns (Flosi, 2013; Gatnerr and Gartner(2013)), a forma de consumir informação alterou-se radicalmente, passando os utilizadores a usu-

fruir de uma solução portátil para consumir conteúdos, acrescida de uma série de funcionalidades como uma câmara ou a georreferenciação. É para este público cada vez mais alargado que existe a necessidade de criar novas soluções em áreas como o turismo ou a descoberta e divulgação do património que, pela sua natureza, apelam à mobilidade.

Adicionalmente, o consumo de conteúdos de nova geração, tais como conteúdos de realidade virtual e de realidade aumentada, está em forte crescimento, sendo da maior importância a integração dos órgãos de comunicação social nesta realidade emergente. Estes ambientes inovadores - realidade aumentada e realidade virtual - e respetivos conteúdos estão a afirmar-se como tendências para a próxima década: prevê-se que, em 2023, o mercado da realidade aumentada esteja avaliado em 70 a 75 mil milhões de dólares, o mercado da realidade virtual em 30 mil milhões de dólares (Digi-Capital, 2019).

Também o valor do investimento destaca a tendência crescente dos conteúdos imersivos: segundo o último relatório de Realidade Aumentada e Realidade Virtual da Digi-Capital (DigiCapital, 2016), em 2015 foram investidos 686 milhões de dólares em realidade aumentada e realidade virtual. O investimento nestas tecnologias está a subir há 6 trimestres consecutivos.

Para satisfazer esta oportunidade de mercado, torna-se necessário desenvolver plataformas ágeis, que permitam difundir da melhor forma conteúdos de relevo, proporcionando experiências enriquecedoras para os utilizadores, aplicando potencialidades como a da realidade aumentada, a georreferenciação, a “gamificação” ou trabalhando novas formas de participação dos leitores, fotógrafos, vídeo amadores.

O projeto CHIC – Cooperative Holistic View on Internet and Content, está a desenvolver, testar e demonstrar um conjunto alargado de novos processos, produtos e serviços com impacto significativo no setor do audiovisual e multimédia, mas que, pela sua natureza, terão efeito mobilizador claro noutros setores importantes da cultura tal como o património cultural, os arquivos, os livros e publicações ou as artes do espetáculo, outros domínios muito relevantes em que se inserem alguns dos pilotos desenvolvidos.

No âmbito da atividade B.2 do projeto CHIC, dinamizada pelo Global Notícias (Jornal Notícias) em colaboração com U. Católica,

Enigma Virtual (Gema), FEUP, ISEP, está em desenvolvimento uma plataforma georreferenciada de realidade aumentada capaz de interligar e fidelizar diferentes fontes de informação e utilizadores, com o objetivo de fornecer uma aplicação capaz de gerar informação contextualizada sobre património e turismo, especificamente atribuída a um utilizador e a uma experiência em concreto. Esta aplicação deve permitir trabalhar e fornecer diferentes tipos de conteúdos, desde artigos (de texto) contextualizados até experiências de realidade virtual e mix reality.

Dada a importância que a informação assume num projeto desta natureza, a plataforma visa permitir um processo de aproveitamento do arquivo do jornal de notícias bem como processos colaborativos que permitam aumentar a qualidade da notação e georreferenciação associadas a cada conteúdo. A fidelização dos utilizadores, através de jogos sobre património e estratégias de gamificação, assume também uma importância incontornável, sendo por consequência um módulo imprescindível na experiência final.

## **Bibliografia**

Digi-Capital. (2019). For AR/VR 2.0 to live, AR/VR 1.0 must die |. Retrieved from <https://www.digi-capital.com/news/2019/01/for-ar-vr-2-0-to-live-ar-vr-1-0-must-die/>

Digi-Capital. (2016). AR/VR investment in 2015 breaks out near \$700 million. Retrieved from <http://www.digi-capital.com/news/2016/01/arvr-investment-in-2015-breaks-out-near-700-million/#.Vrf-POzbxmxE7>

Flosi, S. (2013). "ComScore Reports May 2013 U.S. Smartphone Subscriber Market Share." ComScore MobiLens. Retrieved from [https://www.comscore.com/Insights/Press\\_Releases/2013/6/comScore\\_Reports\\_May\\_2013\\_U.S.\\_Smartphone\\_Subscriber\\_Market\\_Share](https://www.comscore.com/Insights/Press_Releases/2013/6/comScore_Reports_May_2013_U.S._Smartphone_Subscriber_Market_Share)

Gartner, Janessa Rivera, and Rob Van Der Meulen Gartner. 2013. "Gartner Says Smartphone Sales Accounted for 55 Percent of Overall Mobile Phone Sales in Third Quarter of 2013." Barcelona, Spain, November 14. Retrieved from <https://www.gartner.com/newsroom/id/2623415>

United Nations World Tourism Organization. (2013). International tourism to continue robust growth in 2013. Press release, 28 January. Madrid

United Nations World Tourism Organization Annual Report (2017). Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807>

United Nations World Tourism Organization Statistics tourism. (2019). Retrieved at <http://mkt.unwto.org/>

Why tourism? (2019). Retrieved at <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>