

Colaboração e interação em dispositivos móveis: um estudo dos aplicativos jornalísticos para iPhone e iPad¹

Yuri ALMEIDA²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia

RESUMO

Os dispositivos móveis são as ferramentas fundamentais para potencializar a convergência midiática, seja por suas características tecnológicas ou funções sociais. Para compreender como os meios de comunicação tem articulado a colaboração e a interação nos dispositivos foram analisados, quantitativamente, os 25 aplicativos gratuitos mais populares desenvolvidos para iPhone e iPad na Apple Store brasileira.

PALAVRA-CHAVE: jornalismo colaborativo; dispositivos móveis; mobilidade; interação.

Introdução

Os dispositivos móveis são as ferramentas fundamentais para potencializar a convergência midiática, seja por suas características tecnológicas ou funções sociais. Muito além de um aparato de registro (áudio e imagens), som (mp3), entretenimento (jogos), utilitários (lanterna ou GPS), leitura, conexão e conversação, os dispositivos móveis reconfiguram as práticas sociais e a relação com os espaços urbanos (Lemos, 2007).

No campo do jornalismo, os dispositivos móveis possibilitam aos profissionais condições técnicas e operacionais para o “fazer” jornalismo em mobilidade, assim como equipa os cidadãos com ferramentas para produção e distribuição de conteúdo, o que pode significar uma possibilidade para potencializar as práticas colaborativas de elaboração de conteúdo noticioso.

Neste contexto de convergência midiática, jornalismo colaborativo e mobilidade, defende-se neste artigo que as empresas de comunicação precisam não apenas adequar os conteúdos jornalísticos para as plataformas móveis e equipar os profissionais com os dispositivos móveis para uma cobertura em “tempo real” ou remota, mas sim, desenvolver mecanismos

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, professor dos cursos de pós-graduação da FSBA e UNIME, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) e bolsista CNPq. No Twitter: @herdeirodochaos. E-mail: hdocaos@gmail.com.

para otimizar o envio de arquivos (texto, imagens, áudio), por meio dos próprios smartphones e tablets. Uma análise dos modelos/formatos que os meios de comunicação desenvolveram para aplicativos para iPhone e iPad, tendo em vista a interação e colaboração, é o principal objeto deste artigo.

Jornalismo e mobilidade

Tanto os produtos jornalísticos como a prática jornalística para a produção de notícia foram consideravelmente reconfigurada com a inserção das tecnologias móveis e conexões multirredes (SILVA, 2007). Prova disso foram os investimentos e experiências das empresas de comunicação e dos jornalistas realizadas na utilização dos dispositivos móveis para o registro, edição e publicação/transmissão de informações, assim como o desenvolvimento de produtos jornalísticos para consumo *mobile*.

Por outro lado, a apropriação das tecnologias móveis tem potencializado o jornalismo colaborativo, sobretudo via sites de redes sociais, com flagrantes de grandes catástrofes, eventos do cotidiano, entre outros. “As transformações não aparecem apenas do ponto de vista técnico, mas, essencialmente, na perspectiva de práticas redefinidoras de modos de se comunicar e circular informação via dispositivos móveis” (SILVA, 2008, pg.2)

No que diz respeito aos produtos desenvolvidos para os dispositivos móveis, Canavilhas (2009), argumenta que a evolução da estruturação conteúdos jornalísticos nas plataformas móveis acompanha a evolução dos próprios aparatos. Tal processo pode ser dividido em três fases de desenvolvimento: 1- **Adaptação**, caracterizada por conteúdos adaptados com baixa complexidade (SMS, MMS, WAP), devido as limitações dos aparelhos; 2- **Autonomia**, os jornais começaram a criar versões próprias para os dispositivos móveis, com textos em colunas e incorporação de fotos. Canavilhas ressalta que esta fase está associada à incorporação do acesso à Internet a partir dos dispositivos móveis; 3- **Emancipação**, esta fase tornou-se possível com a popularização da tecnologia 3G e o lançamento dos smartphones (iPhone/HTC-Android), e pode ser caracterizada como a elaboração de aplicativos próprios para acessar conteúdos informativos georeferenciados, de natureza multimídia, além da possibilidade de participar, comentar ou enviar conteúdos.

Já em relação as práticas jornalísticas, SILVA (2007) sinaliza que o ciberespaço somado as tecnologias móveis se constituem, atualmente, na própria redação, ou melhor, um ambiente móvel de produção.

“Entende-se que essa nova estrutura, constituída por um ambiente móvel de produção, pode modificar as rotinas produtivas tradicionais repercutindo na profissão e nas práticas jornalísticas e também no rearranjo organizacional das empresas de comunicação que necessitam repensar o fluxo de trabalho e/ou informacional exigindo a instauração de novos processos para operacionalizá-los” (SILVA, 2007, pg. 6).

Se o ambiente móvel de produção tem o potencial de modificar as rotinas de produção dos jornalistas, a liberação do pólo emissor, as novas tecnologias de informação e comunicação aliadas as tecnologias móveis podem resultar em um ambiente móvel de colaboração, onde os cidadãos-repórteres registram, produzem e divulgam os seus conteúdos em mobilidade, no descolamento pelo espaço urbano, de forma instantânea e, às vezes, geolocalizada.

Lemos (2007) destaca que a diferença crucial dos dispositivos móveis dos similares portáteis é a

“possibilidade de disponibilização imediata, de produção, circulação e conexão planetária individualizada, além de se transformarem em fonte para pautar a mídia de função massiva, como nos atentados do metrô de Londres, quando as capas dos principais jornais do mundo estampavam fotos feitas com telefones celulares, ou o enforcamento de Saddam, que circulou pelas emissoras de televisão” (LE MOS, 2007, pg.10)

Sendo assim, os desafios para jornais e jornalistas são encontrar alternativas para explorar as possibilidade do ambiente móvel de produção e potencializar a participação dos cidadãos com a criação desses ambientes móveis de colaboração.

O ambiente móvel de colaboração, portanto, é uma extensão do ambiente móvel de produção, pois irá complementar a circulação e publicação do conteúdo direto do dispositivo móvel. Assim, o cidadão coleta e edita (ambiente móvel de produção) e, por meio do ambiente móvel de colaboração envia o conteúdo para os *medias*. O mecanismo com maior eficácia para servir como ponte entre os cidadãos-repórteres e um jornal, considerando os dispositivos móveis, são os aplicativos criados pelas empresas de comunicação.

Os objetos de estudo do presente artigo, o iPhone e iPad, em si, são exemplos significativos desta “redação móvel”, tendo em vista que a gama de aplicativos e recursos permitem o registro (áudio, foto e vídeo), a edição e o envio dos conteúdo. Os aplicativos desenvolvidos

pelos jornais, em alguns casos, permitem não apenas a leitura e o compartilhamento de notícias, mas sim também o *upload* de um conteúdo nos canais colaborativos dos respectivos *medias*. Acredita-se que esta possibilidade potencializa a colaboração dos usuários para com os jornais.

Pesquisa da Ipsos Media CT, apoiada pela Google³, mostra que o Brasil (até maio de 2012) possuiu 27 milhões de smartphones, o que representa 14% da população. Segundo o estudo, 73% acessam a Internet todos os dias no aparelho. No que tange a navegação, 59% acessam sites de redes sociais, 57% e-mail, 55% mecanismos de pesquisas e 41% sites de compartilhamento de vídeos.

Já em relação ao consumo de notícias, 61% dos entrevistados dizem utilizar o smartphone para manterem-se informados, sendo que 57% dos usuários leem notícias em portais, revistas ou jornais e 21% visitam blog e fórum de discussão. Ainda de acordo com pesquisa do Ipsos Media CT/Google a média de aplicativos instalados no smartphone chega a 14. O sistema operacional do nosso objeto de estudo, IOS, corresponde a 6% do total, atrás do sistema Android (28%) e Blackberry (10%).

Os dados indicam o potencial dos dispositivos móveis, tanto em quantidade como em uso para atividades relacionadas à comunicação, e conseqüentemente, uma oportunidade para as empresas de comunicação no que refere-se à interação e canais de colaboração para os usuários.

Colaboração e interação

Em *The Language of New Media*, Manovich (2001) defende que a essência da “nova mídia” é interativa, pois possibilita aos usuários interagir com os elementos midiáticos e, portanto, é necessário compreender e conceituar os diferentes tipos de interatividade.

Manovich (2001) vai estabelecer duas formas básicas para compreender a interatividade: a) “interatividade fechada”, onde é possível acessar parcialmente os dados e a ramificação é limitada; b) “interatividade aberta”, que responde diretamente ao comando dos usuários e permite múltiplas ramificações, a partir dos processos selecionados por estes.

³ http://services.google.com/fh/files/blogs/our_mobile_planet_brazil_pt_BR.pdf

“We can refer to such implementations as open interactivity to distinguish them from the closed interactivity which uses fixed elements arranged in a fixed branching structure. Open interactivity can be implemented using a variety of approaches, including procedural and objectoriented computer programming, AI, AL, and neural networks” (Manovich, 2001, pg.59)

Primo (2007) propõe duas distinções para o entendimento dos processos de interação: a) interação mútua, “caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente”; b) interação reativa, “limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta.” (PRIMO, 2007, p. 57)

Mielniczuk (2003) considera que o termo interatividade é limitado para a compreensão da temática. A pesquisadora propõe o termo multi-interatividade para designar o conjunto de processos que envolvem a relação leitor x jornal na Web. “Diante de um computador conectado à Internet e acessando um produto jornalístico, o usuário estabelece relações: a) com a máquina; b) com a própria publicação, através do hipertexto; e c) com outras pessoas - seja autor ou outros leitores- através da máquina (Mielniczuk, 2003)”.

Neste contexto, os dispositivos móveis dinamizam, sobretudo, as relações dos usuários com a máquina, tendo em vista as especificidades dos smartphones e tablets, permitem não apenas uma relação de consumo (leitura), mas também de produção (registro, escrita e emissão) de forma mais ágil e móvel.

No jornalismo, Barbosa (2001) argumenta que a interatividade possui relativa importância no ambiente online, pois

“está relacionada com a própria interação entre os conteúdos (um texto pode trazer links para reportagens anteriores, por exemplo), além das possibilidades de interferência do leitor – o consumidor da notícia – nos conteúdos acessados. Seja através de e-mail à redação, sugerindo assuntos a serem abordados, de mensagem enviada diretamente ao redator da matéria, ou ainda através da opção “envie seus comentários sobre esta matéria”, o leitor terá participação ativa, interferindo no conteúdo e opinando diretamente na produção da informação” (Barbosa, 2001) -

Para além dos debates teóricos sobre os conceitos de interação/interatividade, reconhece-se neste artigo, que a interatividade é uma potencialidade a ser explorada pelos jornais e, em especial, em suas respectivas versões móveis. No ciberjornalismo, a interatividade é um

dos principais elementos fortalecidos devido às características técnicas da Internet – afinal enviar cartas para redação de um jornal, pedir uma música em uma rádio ou simplesmente mudar o canal da televisão é um processo de interação.

Os processos interativos entre usuários e os meios de comunicação compreendem uma gama de possibilidade, seja reportar um erro ortográfico, comentar uma reportagem, compartilhar uma notícia, votar em uma enquete ou simplesmente clicar em um link para continuar a navegação no site. Contudo, a dimensão colaborativa, que está incluída nesta perspectiva de interatividade, merece um destaque especial neste artigo, tendo em vista que a análise dos aplicativos para iPhone e iPad, no que tange a possibilidade de colaboração será objetivo da análise deste trabalho.

A possibilidade que os jornais oferecem aos usuários em colaborar no processo de construção da notícia, seja na pauta, escrita, edição, entrevista, gerenciamento de comentários, ranqueamento ou hackeamento materializa os conceitos de “interatividade aberta” (Manovich, 2001) e interação mútua (Primo, 2007) explorado neste artigo.

Almeida (2009) destaca que a base filosófica do jornalismo colaborativo foi influenciada pelos ideais do movimento do software livre que surgiu como um contraponto ao software proprietário, que “aprisionava” e “restringia a liberdade” dos usuários. Para superar tal entrave, a alternativa era abrir o código-fonte para que os próprios usuários pudessem melhorar as funcionalidades dos programas.

“No jornalismo, metaforicamente, disponibilizar o código-fonte significa conceder espaços para veiculação do conteúdo produzido pelo público, ampliar os mecanismos de colaboração entre jornais e leitores, seja na elaboração da pauta, na utilização de imagens produzidas por cidadãos-repórteres na composição de matérias, bem como desenvolver uma estrutura de produção e divisão da receita gerada por produtos baseados em paradigmas colaborativos”. (ALMEIDA, 2009, pg. 27)

No campo de pesquisa da comunicação, os estudos sobre jornalismo colaborativo, assim como sobre a interatividade, são marcados pelos debates sobre nomenclaturas e conceitos, porém opta-se, neste artigo, por pensar em níveis de colaboração no lugar de uma tipologia da colaboração.

Almeida (2009) propõe que existem três níveis de colaboração no jornalismo, a saber:

1- Parcial: as possibilidades de colaboração são limitadas e ocorrem na etapa de construção de notícia – seja sugestão de matérias, fontes, envio de fotos e vídeos e/ou relatos testemunhais de fatos. Neste nível de colaboração, os cidadãos-repórteres não têm o controle total de sua produção e ainda dependem do crivo do *gatekeeping*.

2- Total: neste modelo, o cidadão-repórter tem liberdade/aceso pleno ao “código-fonte”. Ele pensa a pauta, colhe os dados, embasa suas opiniões, escolhe suas fontes, escreve o conteúdo e sobe para a home da mídia colaborativa.

3- Em rede (ou rizomático): o que difere do Jornalismo Colaborativo ambientado em rede dos modelos parcial e total é caráter coletivo, seja de produção ou gerenciamento dos conteúdos colaborativos. (ALMEIDA, 2009)

As experiências de jornalismo colaborativo no Brasil estão estruturadas, em sua grande maioria, nos níveis “parcial” e “total”, no que diz respeito aos sites. Estudos anteriores (MALINI, 2008, SCHIMIDT & ZANOTTI, 2009, ALMEIDA, 2009, CORRÊA & MADUREIRA, 2010, BELOCHIO, 2010, BIANCHINI, 2010) sinalizam para uma prática, consideravelmente, individualizada nos processos colaborativos, cujos critérios de noticiabilidade são os *fait divers* e dependentes do crivo dos gatekeepers.

No campo das experiências do jornalismo colaborativo e dispositivos móveis, SILVA (2007) sinaliza duas perspectivas: “a produção jornalística a partir de tecnologias móveis feita por amadores e cidadãos-repórteres do circuito alternativo” e a “produção jornalística a partir de tecnologias móveis feitas por profissionais das empresas de comunicação convencionais que também adentraram no universo do jornalismo participativo com projetos voltados para os cidadãos-repórteres” (SILVA, 2007, pg 3)

Metodologia

Para analisar os modelos/formatos que os jornais utilizam no que tange a colaboração e a interação com os usuários foram selecionados os 25 aplicativos mais populares para iPhone e iPad, na categoria notícias, de aquisição gratuita, na Apple Store Brasil. Aplicativos são programas desenvolvidos para funcionar especificamente para funcionar nos dispositivos móveis. O download dos aplicativos pode ser realizado na AppStore e são organizados em 22 categorias.

A opção em selecionar os produtos da Apple deve-se: 1- pela quantidade de vendas nas respectivas categorias (smartphone⁴ e tablet⁵); 2- o desenvolvimento de aplicativos para os

⁴ <http://macmagazine.com.br/2011/02/18/gartner-711-mil-iphones-ja-foram-vendidos-no-brasil/>

dispositivos – de acordo com a Apple, a Apple Store tem 600 mil aplicativos e já foram realizados 25 bilhões de downloads⁶, 3- pelas funcionalidades de registro (multimídia) e publicação e; 4- o fato do autor do artigo possuir os respectivos equipamentos, o que facilitou a coleta e análise dos objetos. Os aparelhos utilizados para análise foram o iPhone 4S e o iPad 1.

A escolha dos aplicativos mais populares deve-se ao entendimento de que os app são utilizados por um público maior e, conseqüentemente, indicaria aos jornais que existem leitores que acessam e consomem os seus conteúdo, o que poderia resultar no aprimoramento da aplicação. A opção de aplicativos gratuitos fora realizada por entender que os app podem ser mais acessíveis aos leitores. A seleção dos aplicativos ocorreu no dia 7 de junho de 2012 e a análise das funcionalidades ocorreu de 8 a 24 de junho.

Dos 25 aplicativos selecionados para iPad⁷, 13 foram de revistas, seis de jornais, dois de portais, dois de emissoras de televisão e dois foram descartados por não se tratar de publicações jornalísticas. Já dos aplicativos selecionados para iPhone⁸, nove foram de revistas, seis de jornais, três de portais, três de televisão, dois de rádios e dois foram descartados por se tratar de aplicativos sem publicação de conteúdo.

Durante análise foram observadas a existência/estruturação dos canais colaborativos e mecanismos para envio de conteúdo. No que refere-se à interatividade foram analisadas apenas as possibilidade de comentar reportagens e de compartilhamento do conteúdo via redes sociais, tendo em vista que essas são as opções mais freqüentes nos sites dos jornais dos respectivos aplicativos e as quais possibilitam mais potencialidade de interação dos usuários com o conteúdo, no que diz respeito a agregar informação/valor (na caixa de

⁵ <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/apple-vendeu-365-milhoes-de-iphones-e-ipads>

⁶ <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/03/loja-de-aplicativos-da-apple-alcanca-25-bilhoes-de-downloads.html>

⁷ Aplicativos selecionados para iPad foram: Estadão (Tablet), Veja, National Geographic, G1, O Globo, Exame, NYTimes for Ipad, Uol Notícias, Gazeta do Povo, Época, Quatro Rodas, Valor, Superinteressante, Guia do Empreendedor, Istoé, Caras, Folha, CNN, How it Works, Band News, Carta Capital. Foram excluídas Flipboard e O Jornaleiro.

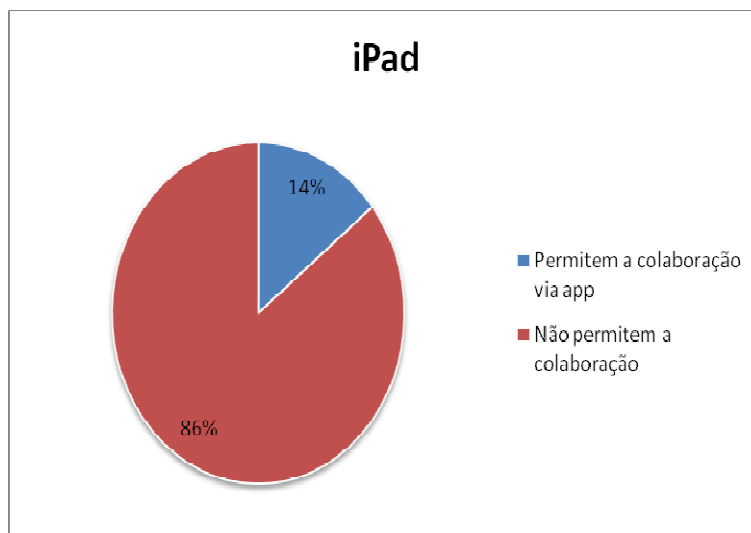
⁸ Aplicativos selecionados para iPhone foram: Band News TV, Exame.com, Globo News, O Globo, Veja, Caras, Casa e Jardim, CBN, Estadão, Estadão E&N, Época, IG, Istoé, Itatiaia AM/FM, Zero Hora, CNN, Uol Notícias, Trânsito Estadão, Valor, Yahoo!, The New York Times, MacUser e Bloomberg Businessweek. Os aplicativos Flipboard e Pocket foram descartados da análise.

comentário ou no compartilhamento via redes sociais, onde é possível avaliar o conteúdo, complementá-lo, criticar, entre outros).

Resultados

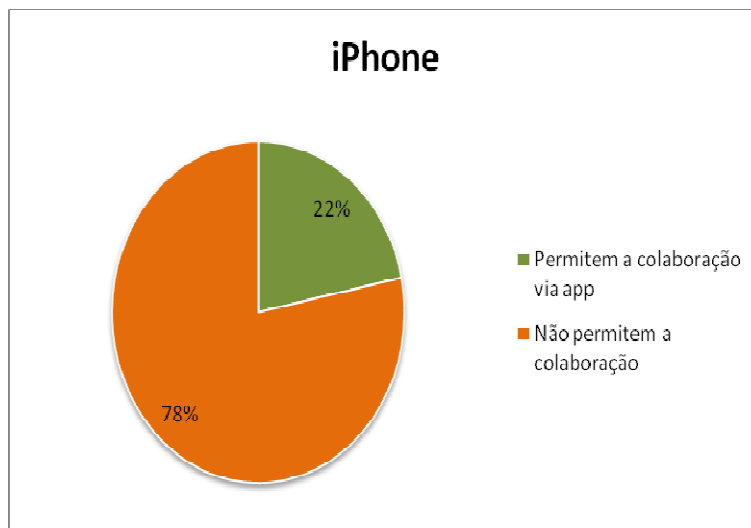
Em relação as possibilidades de colaboração a partir dos aplicativos para iPad, dos 21 veículos analisados, apenas três permitem o envio de conteúdo colaborativo, conforme gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Colaboração via app | iPad



Em geral, os app para iPad funcionam apenas como vitrine para a venda das edições. Já em relação aos aplicativos para iPhone, dos 23 analisados, cinco permitem a colaboração, de acordo com o gráfico 2.

Gráfico 2 – Colaboração via app | iPhone



No quesito comentário, apenas o aplicativo da rede de televisão internacional CNN para iPad permite comentar as reportagens (gráfico 3). Já os usuários dos iPhone, dos respectivos aplicativos, são privados da possibilidade de tecer opiniões em relação aos conteúdos públicos nas versões móveis (gráfico 4).

Gráfico 3 – Colaboração via app | iPad

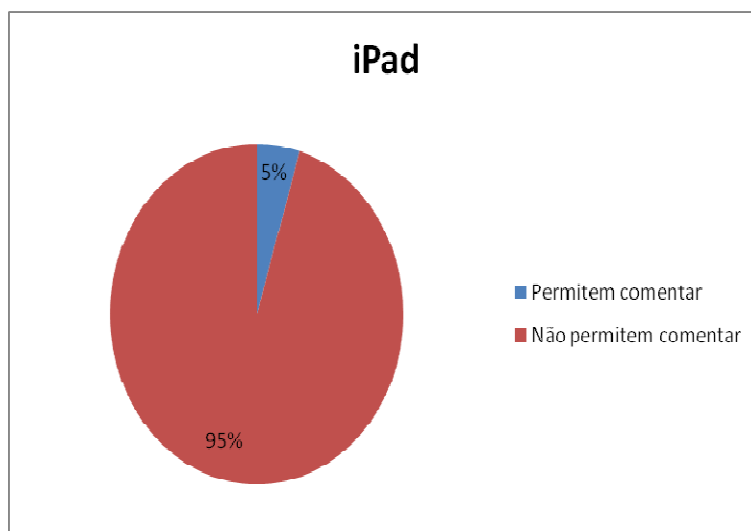
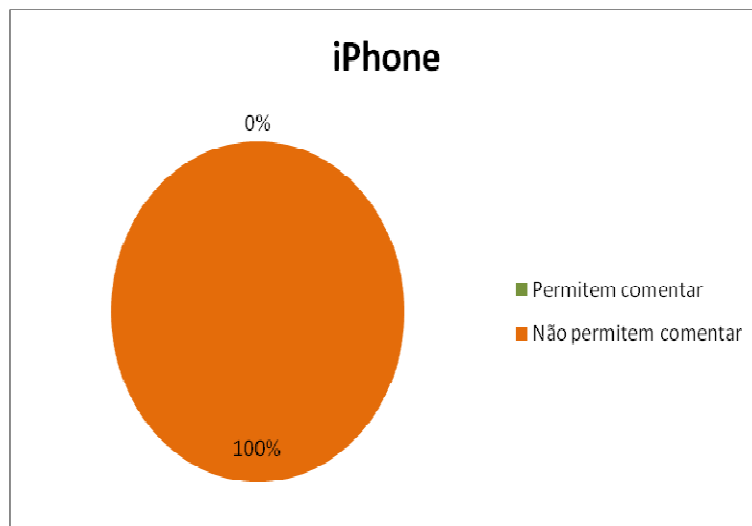


Gráfico 4 – Colaboração via app | iPhone



Por fim, no que refere-se o item compartilhamento, a análise apresentou melhores indicadores. No iPad, 67% dos aplicativos permite que os usuários distribuam conteúdo por meio das redes sociais e e-mails (gráfico 5). O Twitter e o compartilhamento por e-mail são as ferramentas mais comuns utilizadas pelos veículos. (gráfico 6).

Gráfico 5 – Compartilhamento via app | iPad

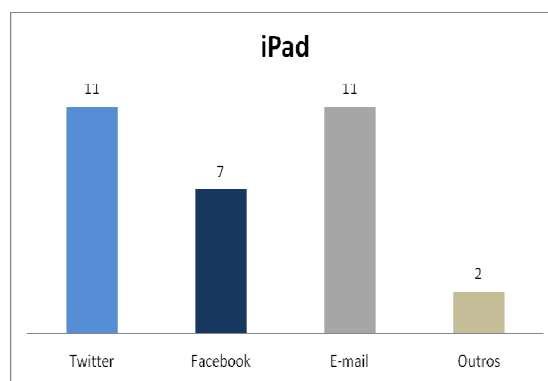
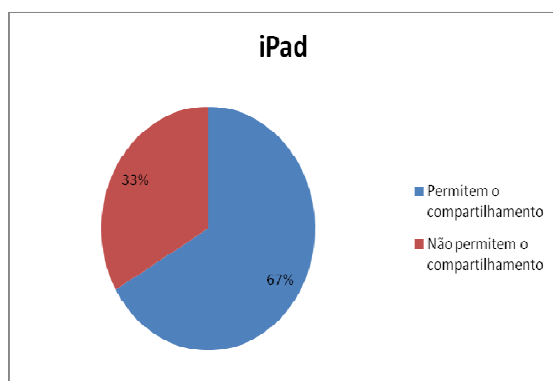


Gráfico 6 – Compartilhamento por redes sociais | iPad

Nos aplicativos para iPhone o resultado foi semelhante. 78% permite compartilhar o conteúdo (gráfico 7), sendo o e-mail e o Twitter os mecanismos mais frequentes para a circulação de informação. (gráfico 8)

Gráfico 7 – Compartilhamento via app | iPhone

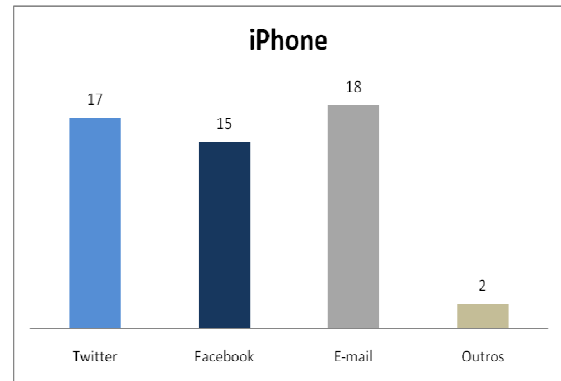
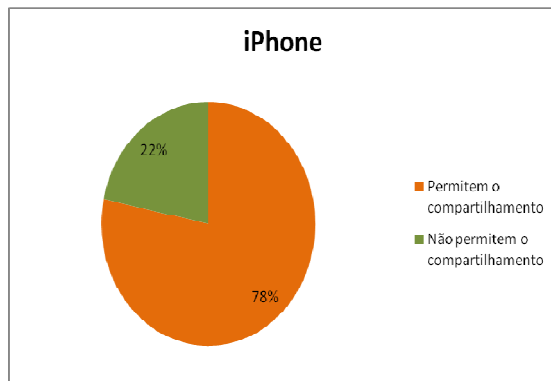


Gráfico 8 – Compartilhamento por redes sociais | iPhone

Conclusão

Apesar do estudo PewResearch Center *The Future of Internet II*⁹, apontar que em 2020, os dispositivos móveis serão a principal ferramenta para acessar à Internet, os modelos e experiências desenvolvidas pelas empresas de comunicação estão aquém das potencialidades técnicas e sociais dos dispositivos móveis.

Os aplicativos dos jornais selecionados desenvolvidos para iPhone e iPad não exploram as dimensões colaborativas e interativas que os dispositivos possibilitam. Em um estudo de 2009, Canavilhas analisou 49 aplicativos noticiosos de 19 países, sendo 29 de jornais, 17 de televisão e seis de rádio. Dentre os resultados identificou-se que apenas 6% dos aplicativos permitiam o envio de conteúdos multimídia e só 2% permitiam compartilhar conteúdo nas redes sociais. Ainda que a amostra deste estudo seja diferente do presente trabalho, a comparação aleatória dos dados permite avaliar o crescimento das possibilidades de compartilhamento nos aplicativos, porém uma estagnação nos mecanismos de colaboração.

Após a análise observou-se que dos aplicativos para iPad selecionados apenas 14% permitem enviar qualquer tipo de conteúdo pela própria aplicação. Já em relação aos app para iPhone este número sobe para 22%. Vale destacar que dos aplicativos analisados para iPad, o G1 e da Gazeta do Povo - apesar dos veículos possuírem canais colaborativos em seus sites - não possibilitam a colaboração via app. O mesmo quadro foi observado nas aplicações para iPhone. A Rádio CBN, o Trânsito Estadão, a Band News TV, o jornal Zero

⁹ <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/The-Future-of-the-Internet-III.aspx>

Hora e a revista Casa e Jardim permitem a participação dos usuários na produção de notícia em seus respectivos sites, mas não criaram mecanismos para envio de conteúdo nos app.

Já em relação aos comentários – princípio básico de interação entre usuários e *medias* – apenas a CNN permite que os leitores expressem as suas opiniões sobre as reportagens publicadas no iPad. Nenhum aplicativo para iPhone possibilita a opção comentar. Por fim, no que tange as possibilidades de compartilhamento, nas aplicações para iPad, o índice representa 14%, contra 66% no iPhone.

Se os dispositivos móveis são as principais ferramentas da convergência midiática, os meios de comunicação precisam articular não apenas formatos adequados de apresentação de conteúdo ou equipar os profissionais com tais tecnologias, mas sim, aproveitá-las para potencializar a interação com os leitores, assim como a possibilidade da colaboração dos usuários na produção do conteúdo noticioso, tendo em vista que as práticas jornalísticas demandam mais “conversação” do que uma mera “transmissão” de informação.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Yuri; ROCHA, Jorge - **O webjornalista e a configuração de uma (nova) esfera pública comunicacional, 2010**. Trabalho apresentado no GP de Cibercultura, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. CD ROM.

_____ - **Jornalismo em bases de dados e a segunda fase do jornalismo colaborativo, 2011**. Trabalho apresentado no GP de Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. CD ROM.

ALMEIDA, Yuri. **Jornalismo colaborativo: uma análise dos critérios de noticiabilidade adotados pelos cidadãos-repórteres do Brasil Wiki durante as eleições de 2008**. Monografia (Especialização em Jornalismo Contemporâneo) Centro Universitário Jorge Amado, 2009. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/11782234/Final>

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais.** Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>

CANAVILHAS, João. **Contenidos informativos para móveis: estúdio de aplicaciones para iPhone.** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-contenidos-informativos-para-moviles.pdf>

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina: 2002.

_____ **Comunicação e práticas sociais no ciberespaço: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM).** Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/DHMCM.pdf>

MANOVICH, Lex. **The language of new media.** Cambridge: MIT, 2001.

MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web.** <http://pt.scribd.com/doc/69504481/13-2001-mielniczuk-caracteristicasimplicacoes> <acessado em 08 de junho de 2012>

PRIMO, Alex. **"Interação Mediada por Computador: comunicação, cibercultura, cognição".** Porto Alegre: Sulina, 2007.

SILVA, F. Firmino. **Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao *mainstream*.** Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/ind_.fernando_firmino_da_silva.pdf

_____ **Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0652-1.pdf>