

Os elementos audiovisuais como fonte de memória digital no webjornalismo¹

Catarina Ferreira Sarmiento de FREITAS²

Cláudio Cardoso de PAIVA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Este trabalho se dedica a examinar os estágios de evolução do webjornalismo observando como esta experiência mantém elementos do jornalismo clássico e, passo a passo, apresenta novos elementos em sintonia com linguagens e técnicas da comunicação em rede. O artigo tem por objetivo analisar as características de memória nos elementos audiovisuais, em especial os vídeos, e como esses se tornam uma fonte de memória. De modo empírico, realizamos um estudo de caso no site G1, visando a aplicação dos aspectos materiais da pesquisa. E de modo epistemológico, indicamos no texto alguns fatores importantes, à guisa de compreensão desta modalidade jornalística recente e para isso recorremos a alguns teóricos da comunicação e do jornalismo, cujas contribuições podem ser valiosas para a produção de conhecimento na área.

PALAVRAS-CHAVE: webjornalismo; memória; audiovisuais; vídeos; G1.

1- Introdução

As características constituintes do jornalismo se alteram conforme a plataforma utilizada. Cada meio possui sua gramática específica, assim como se adequa às propriedades da plataforma. Com a migração do jornalismo para os ambientes digitais, uma linguagem própria formou-se para a experiência jornalística nesse campo. O webjornalismo agrega a convergência de diversas mídias em um mesmo cenário comunicacional.

A digitalização do conteúdo oferecido tornou a informação adaptável para diferentes contextos de usuários e práticas sociais, uma vez que a tecnologia digital

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB – PPGC/UFPB, email: catarina.freitas91@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Prof. Dr. Associado IV, Membro docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB – PPGC/UFPB e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB – PPJ/UFPB, email: claudiopaiva@yahoo.com.br.

facilita o acesso a conteúdos. Logo, não só a linguagem e o modo de produção se modificam, mas também os modos de consumo.

O webjornalismo acompanhou a expansão tecnológica e se moldou a essa, e as notícias em caráter online também incorporaram as novas rotinas de produção.. No entanto algumas características do jornalismo tradicional se mantiveram ao longo das suas modificações. Uma delas é a memória.

O exercício de produção de conteúdo historicamente tem instigado estratégias de busca e acesso de informações. Mas no jornalismo digital a recuperação de dados se torna mais dinâmica e efetiva. Logo, Essa experiência leva ao questionamento de como os elementos audiovisuais do webjornalismo podem se tornar fonte de memória digital.

Para enfrentar o estado da arte desta “nova” modalidade de jornalismo, o nosso trabalho perpassa pelos processos de evolução tecnológica que afetam o webjornalismo, observando como este explora as potencialidades de suas características.

No momento, nos deteremos no detalhamento e caracterização de dois componentes principais do webjornalismo, quais sejam, a memória e a hipermidiatização. Buscamos, assim, nesta fase inicial da pesquisa, recolher elementos teóricos e empíricos para enriquecer a nossa análise.

2 – O webjornalismo

O fenômeno do webjornalismo, iniciado com os processos de digitalização e informatização das redações (SCHWINGEL, 2012), tem configurado uma nova modalidade de produção jornalística e criado inéditas oportunidades profissionais.

A economia gerada pela Internet possibilitou o despertar de interesse e o investimento, embora lento e desconfiado, na forma de se produzir e consumir notícia. A evolução do jornalismo digital perpassou pela numeralização em pdf do conteúdo presente na versão impressa; logo após surgiu a versão ajustada para o layout da Web, mas ainda com o mesmo conteúdo do jornal impresso; em seguida um formato pensado e criado propriamente para a Web e, finalmente, foi proposto o modelo multimídia, como afirma Cabrera Gozález (2000 *apud* CANAVILHAS, 2007).

As mutações do webjornalismo denotam propriedades como notícias onipresentes, acesso global a uma diversidade de informação, interatividade, cobertura em tempo real, material hipermídia e personalização de conteúdos. No cenário da

quarta fase do webjornalismo, a prática jornalística inclui a profissionalização, redações específicas para o meio, e um modelo estruturado para a navegabilidade online.

Nesse modelo, o leitor não tem apenas papel de consumidor, como também de produtor de conteúdo. A partir da possibilidade de interação com a notícia digital, o leitor não só comenta e compartilha o conteúdo. Ele agora envia fotos, vídeos, relatos, e até notícias bem elaboradas, criando o chamado jornalismo colaborativo.

A sua organização passa “a considerar uma estrutura expandida, hipertextual, em rede” (CASTELLS, 1999, *apud* OLIVEIRA; PAULINO, 2013, p. 06). A interatividade, a integração da multimídia (sons, imagens, gráficos, vídeos) e a hipertextualidade se tornam as principais propriedades dessa versão. Além de a linguagem ser própria para a web, há também a preocupação com a sua arquitetura.

Assim, no webjornalismo as tecnologias midiáticas ultrapassam o valor de ferramentas e tornam-se essenciais para sua construção. Para Barbosa (2005), as bases de dados que o constitui possibilitaram a concepção de um formato próprio exercendo “três funções simultâneas e complementares: a) de formato para a estruturação da informação; b) de suporte para modelos de narrativa multimídia; e c) de memória dos conteúdos publicados” (MACHADO, 2004a *apud* BARBOSA, 2005, p. 02).

Para Canavilhas (2007) cada meio possui sua linguagem própria, e conseqüentemente, o artigo jornalístico expressará essas diferenciações. Os textos de jornal impresso, televisivo e radialístico divergem entre si nas suas características e especificações. Em consonância, o webjornalismo diferencia-se, sobretudo, dos demais por fazer convergir texto, som e imagem à narrativa, utilizando como um fator integrador o hipertexto. E tais características podem ser percebidas apenas em um suporte online, difundido na web.

Segundo Prado (2011), a web proporciona um espaço ilimitado em que o jornalista constrói um texto multilinear, no qual as informações podem ser aprofundadas e lidas de acordo com o interesse do próprio leitor. Além disso, o conteúdo pode ser conectado ou ‘linkado’ a outros textos e informações, seja do próprio jornalista, do próprio jornal, ou de demais veículos.

Já faz parte da criação de reportagem digital explorar inúmeras possibilidades de expandir a informação, bem como contextualizar o tema, mostrando diversas versões de uma mesma história, e permitindo trazer mais dados ao clicar em expressões como ‘saiba mais’, ‘notícias relacionadas’, ‘arquivo’ etc. (PRADO, 2011). Além disso, cada

vez mais os portais de notícias abrem espaço para a utilização de elementos hipermediáticos, como os audiovisuais, enquanto dados de informações adicionais, aprofundadores do conteúdo, ou, até mesmo, partes complementares e fundamentais para entendimento do conteúdo abordado.

3 – Características do webjornalismo

Diante da evolução tecnológica ao longo dos anos, o webjornalismo pode ser dividido em quatro fases, distintas entre si e sequenciais, como afirma Gonzalez (2000, *apud* CANAVILHAS, 2006). Cada fase possui suas propriedades específicas, marcadas pelo desenvolvimento tecnológico pelo qual perpassa o webjornalismo da época. A quarta fase é considerada a mais recente e marcada pelo modelo multimídia, como afirma Cabrera Gozález (2000 *apud* CANAVILHAS, 2007).

Os conteúdos ofertados no webjornalismo devem possuir algumas características específicas da narrativa online em sua estrutura. As quais não devem ser consideradas apenas ferramentas de construção textual, e sim elementos integradores das notícias. Os principais atributos que definem este modelo de jornalismo são: a hipertextualidade, interatividade, elementos hipermídia, a personalização de conteúdo, atualização contínua, instantaneidade e memória. Com eles, é possível que cada usuário realize uma leitura pessoal da informação disponível.

Nesse modelo encontra-se a “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico” (PALACIOS, 2004, p. 02). Palacios (2004) explica que tal convergência é facilitada em decorrência do processo de digitalização das informações e o possível compartilhamento e acesso em múltiplas plataformas e suportes. Desse modo, a quarta fase do webjornalismo se destaca pela oferta do conteúdo noticioso através do texto hipermediático, na plataforma digital.

De acordo com Silva (2006, p. 23 e 24) podemos definir o texto hipermediático como “uma base de dados no qual o usuário navega de informação em informação através de links de forma não sequencial, com total liberdade de construir seu próprio percurso de acesso e utilização da informação”. Ele apresenta a conjunção de diferentes linguagens em formato digital, em busca de uma única significação. Por sua vez, a hierarquia de informações, além da linguagem escrita, acarreta a inclusão de elementos

midiaáticos, como imagens; sons; vídeos; infográficos, integrados em uma única plataforma.

Para isso ocorrer é necessário que o texto hipermidiático seja multilinear, ou seja, se desdobrar em um texto horizontal, com várias possibilidades de leitura, no qual o caminho percorrido para seu entendimento depende do leitor, e novos horizontes de navegação são possíveis. A arquitetura de notícias aberta e de livre navegação é proporcionada pela hipertextualidade. Os links formam uma rede estruturada nas ligações entre pequenos textos e outros elementos multimidiáticos organizados em várias camadas de informação.

Percebe-se então que as atuais tecnologias permitem que não só a produção jornalística se altere, bem como o acesso, a leitura e a distribuição do conteúdo digital. A rapidez de acesso, juntamente com a possibilidade de atualização (on line full time) faz parte desse atual modelo, o qual conta também com a participação do leitor na geração de conteúdo colaborativo.

Além disso, a estrutura não linear torna o leitor mais interativo e ao mesmo tempo, independente no ato da leitura. Interativo, pois, ao escolher o caminho que quer percorrer ao se adentrar nas informações disponibilizadas, cria um papel proativo na obtenção da notícia, por meio do intercâmbio de interação do leitor com o conteúdo midiático. Torna-se independente também uma vez que conduz sua própria leitura de forma horizontal e vertical na interconexão de textos, de acordo com seu próprio interesse.

3.1- Sob o signo de Mnemosyne, a deusa da memória

Considerando o fenômeno da memória, um fator básico na comunicação e jornalismo colaborativos, remetemo-nos a Canavilhas (2007), para quem esta se define como a capacidade de acumular informações em um repositório em constante crescimento, que se encontre disponível de forma permanente para os usuários.

Para o autor, a memória produzida pelas informações dispostas na web torna-se uma memória coletiva, uma vez que o acúmulo de dados nesse ambiente acontece rapidamente e é disponível para produtor e usuário, a qualquer momento e de prático acesso. Mesmo assim, essa memória se torna distinta daquela proporcionada pelas

demais mídias. Dessa forma, Palacios (2002) a define como uma memória múltipla, instantânea e cumulativa.

Além do uso de tecnologias para a produção de material jornalístico, Palacios (2014) elenca como mudança primordial do advento do webjornalismo a

“disponibilidade de espaço ilimitado para a apresentação de material noticioso. Para propósitos práticos, as redes digitais disponibilizam espaço virtualmente ilimitado para ao armazenamento de informação que pode ser produzida, recuperada, associada e colocada à disposição dos públicos alvos visados” (PALACIOS, 2014, p. 95).

Destarte, o espaço da web é ilimitado e mais facilmente acessível, quando comparado ao expediente de acesso no contexto das demais plataformas. As informações podem ser disponibilizadas em praticamente qualquer tamanho e em diversos formatos digitais, possibilitando a oferta de todo o conteúdo digital já criado sobre o assunto abordado. Assim, a memória da informação se torna diretamente disponível ao leitor, mais rápida, facilmente acessível e recuperável, além de ser técnica e economicamente mais viável.

A memória também pode ser alimentada pelo próprio usuário do cenário digital, ao disponibilizar ou mesmo buscar demais informações por meio da instantaneidade e interatividade, possível no ambiente digital do jornalismo. Assim, o leitor se torna também produtor em potencial da memória digital.

3.2 – Elementos hipermidiáticos

A multimídia concentra e integra diferentes formatos de apresentações informacionais em um mesmo âmbito e gera mais uma “proposição multilinear por meio de células informativas, textos, sons ou imagens, conectadas por links” (Salaverría, 1999 apud CANAVILHAS, 2013, p. 103). Os elementos materiais como vídeos, áudios e infográficos, incorporados à notícia, modificam a linguagem jornalística, no sentido da redação bem como no *design* da plataforma.

A multimídia explora diversos sentidos da percepção humana através da oferta de informações em diversos formatos. Constituem dados informativos complementares, melhorando a percepção do leitor perante a informação.

No entanto, neste artigo substituiremos “elementos multimidiáticos” usado por Canavilhas (1999) ao discorrer sobre o webjornalismo, por “elementos hipermidiáticos”. Santaella (2003) em seu livro “Culturas e artes do pós-humano”

afirma que a hipermídia é a união da multimídia com a hipertextualidade. Os elementos multimidiáticos integradores das notícias então seriam fornecidos através de links, os quais os conduziriam para uma nova camada de informação. Sendo assim, no atual webjornalismo encontramos muito mais do que apenas elementos multimidiáticos no texto. Estes são agregados a uma arquitetura rizomática, construindo a estrutura de um texto hipermidiático.

Para o escopo de nossa análise, dentre os elementos hipermidiáticos, abordaremos neste artigo os elementos audiovisuais, mais especificamente os vídeos, presentes no webjornalismo.

4 – Os Elementos Audiovisuais no Webjornalismo

Gosciola (2003 *apud* Ataíde, 2010, p. 05) destaca que “cada inserção – visual, sonora ou textual - não se deve prestar meramente a acrescentar uma informação à narrativa, mas propiciar, pelo mecanismo de atração, diferentes leituras, novas experiências no ambiente multimídia”. Estes podem ser apenas visuais estáticos, como imagens, fotografias, desenhos, gráficos, entre outros; podem ser apenas sonoros, como música, voz, efeitos sonoros, etc; e podem ser audiovisuais. Ou seja, cada inserção abarca três tipos de linguagem: a verbal; a sonora e a visual. Essa união de linguagens resulta na transmissão uma modalidade de mensagem específica.

No contexto do webjornalismo, os componentes audiovisuais se tornam internos à notícia e não apenas um apêndice. Constituem conteúdos informativos complementares, aguçando a percepção do leitor perante a informação. Ou seja, integram-se à linguagem verbal os elementos audiovisuais, como os vídeos, tornando-se parte integrante e fundamental da notícia. Assim, podem extrair todo o potencial para aprofundar, contextualizar e abordar partes importantes da narrativa.

Segundo Canavilhas e Seixas (2014, p. 05) a multimídia deve apresentar-se como “diferentes lexias, ou seja, informações verbais e não verbais por nexos eletrônicos que permitem também uma leitura multilinear, (...) já que levam a outro conteúdo em outra camada (...)”. Dessa forma, os vídeos têm o potencial de agregar dados adicionais ou proporcionar aprofundamento de níveis de informação, quando utilizado no webjornalismo.

No ciberespaço, os vídeos ofertam a notícia através de imagens sonorizadas em movimento, potencializando a capacidade de distribuição de conteúdos jornalísticos audiovisuais em camadas e possibilitando um maior aprofundamento a cada assunto tratado. Além disso, as características de interatividade e personalização de conteúdo são adicionadas no momento que o leitor escolhe assistir ao vídeo ao clicar no link, bem como quando interrompe, avança ou retrocede a narrativa audiovisual.

“(…) a notícia na web pode potencialmente dispor dos aspectos mais representativos de todos os meios anteriores ao mesmo tempo. E a simultaneidade vai se revelar também a partir da convergência, já que a notícia na web pode potencialmente dispor dos aspectos mais representativos de todos os meios anteriores ao mesmo tempo”. (NOGUEIRA, 2005, p. 04).

Segundo Rodrigues (2014), as notícias transmitidas em vídeos possuem a vantagem de extrair as atenções principais do usuário: visão e audição. Assim como Rodrigues (2014), Canavilhas (1999) também defende que o vídeo assume no webjornal um carácter legitimador da informação veiculada no texto. Além disso, abarca a informação com maior precisão e riqueza dos aspectos transmitidos. E no mais, os vídeos “lidam diretamente com a origem da informação: sua fonte, seja um indivíduo ou um fato jornalístico” (RODRIGUES, 2014, p. 30).

5 - Estudo de caso do G1

O G1 é um portal de notícias online, criado em 2006, sob orientação da Central Globo de Jornalismo, com objetivo de disponibilizar o conteúdo jornalístico das empresas do Grupo Globo.

Ao analisarmos o site, percebemos, primeiramente, que seu conteúdo é dividido em: editorias; regiões; e os canais de informações do Globo. Todos eles disponibilizados através de links.

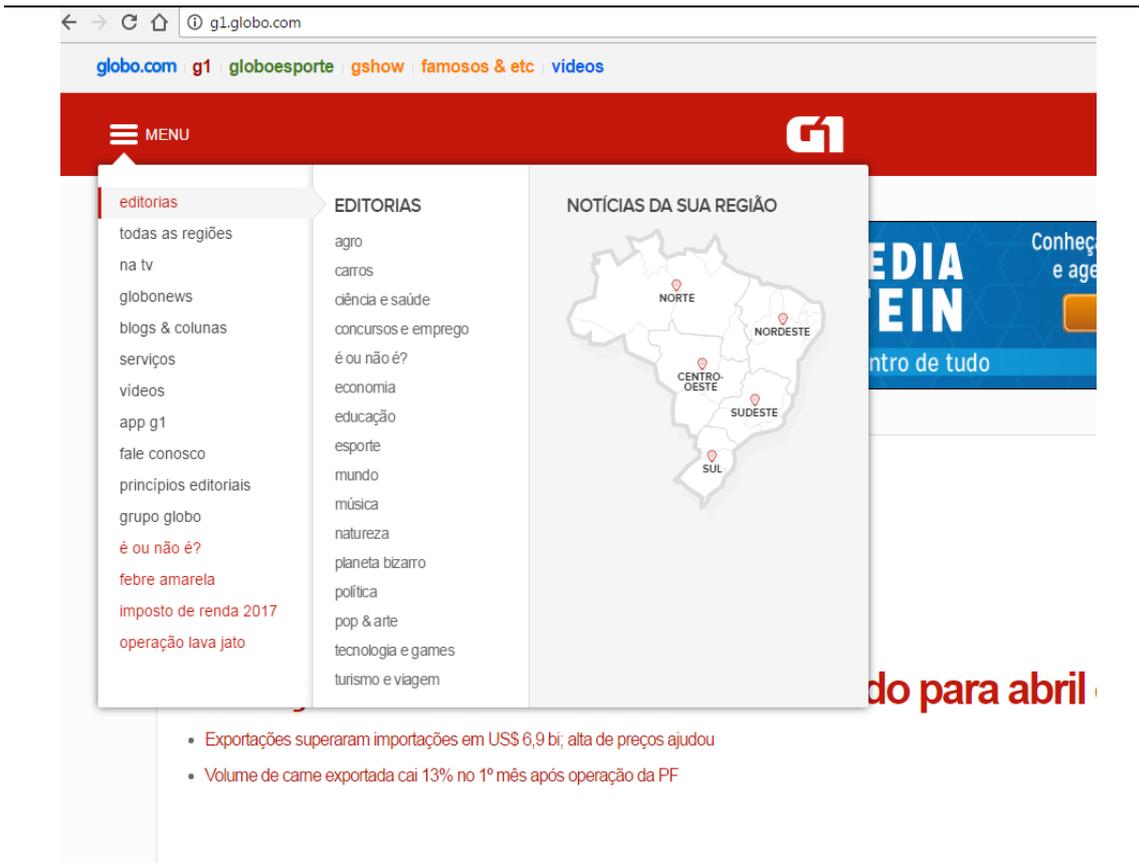


Figura 1 – Divisão do conteúdo em editorias, regiões e canais de comunicação.

Também se nota a presença de uma editoria exclusiva para vídeos, a qual oferta pequenas e objetivas matérias em formato audiovisual. Algumas delas são produzidas exclusivamente para a plataforma, bem como, outras delas são aproveitadas das programações televisivas da emissora Globo, principalmente dos telejornais e do espaço “G1 em um minuto”. O acesso à editoria e aos próprios vídeos é conseguido pela hipertextualidade.

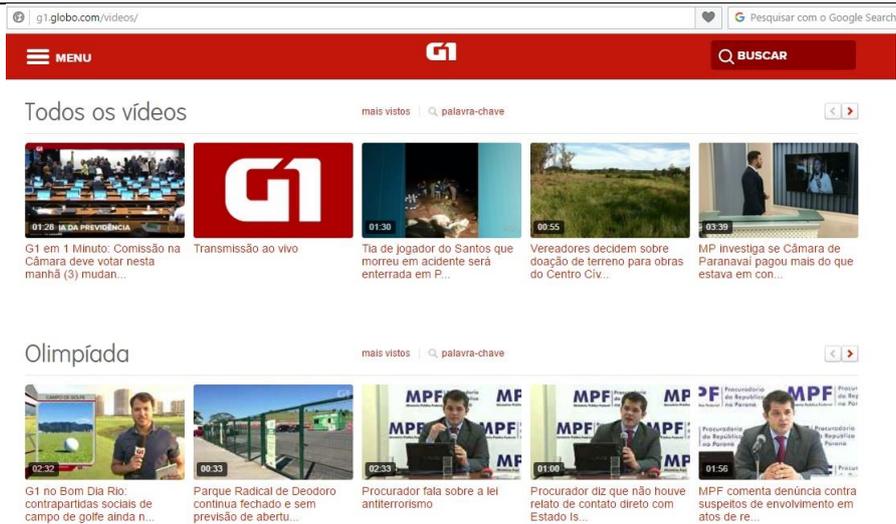


Figura 2 – Links condutores para as matérias

Quando exploramos o conteúdo do portal, nota-se que as seus textos enquadram-se na característica de hipermediáticos, uma vez que atrela a linguagem verbal escrita, com a multimídia, sendo acessados por meio de links. Percebemos que diversas matérias utilizam os vídeos como dados complementares, para contextualização e aprofundamento do assunto, tornando o conteúdo muito mais atrativo e interativo para o leitor.

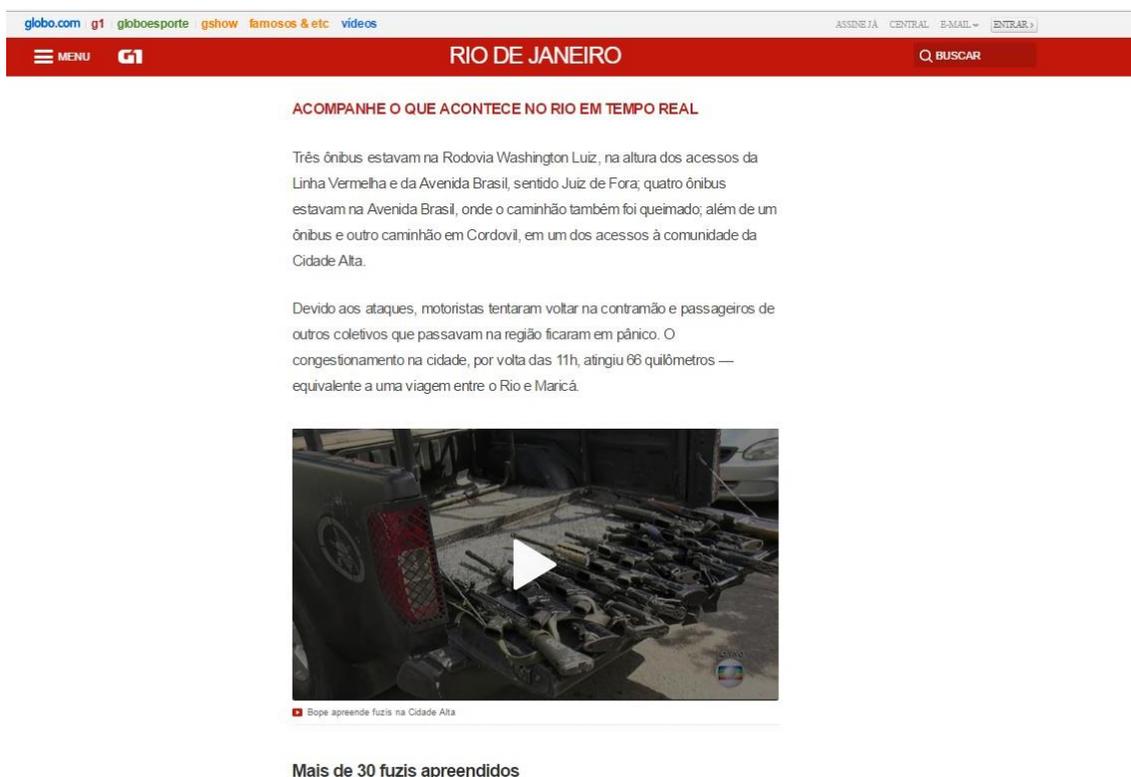


Figura 3 – Integração de vídeos

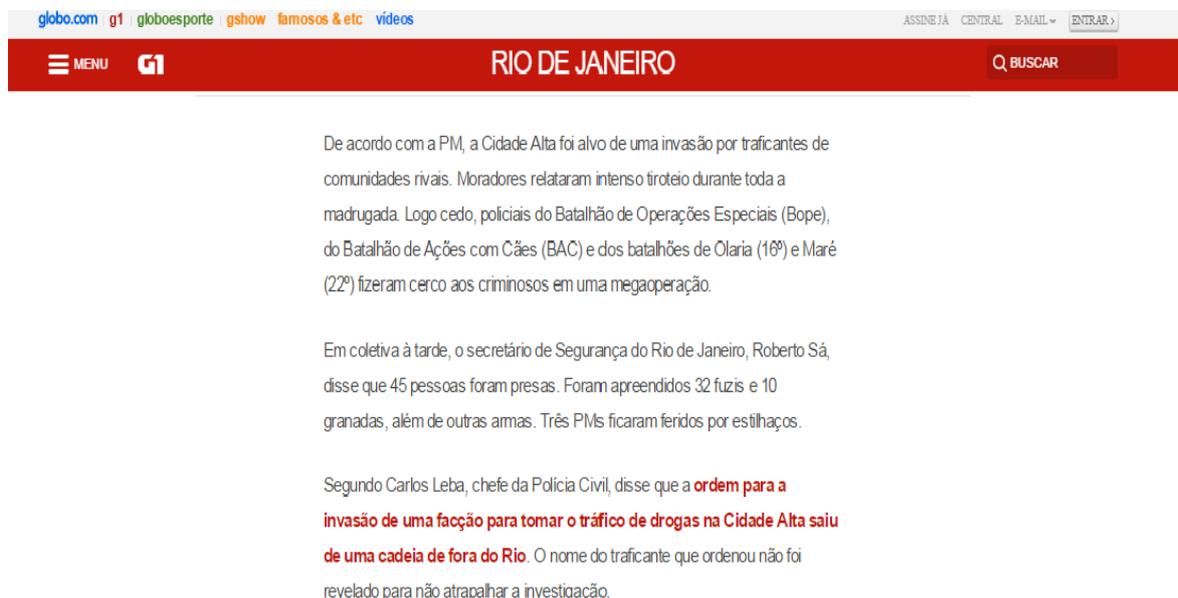


Figura 4 – Hipertextualidade

Nota-se também que nessa editoria, é possível acessar matérias passadas através de uma caixa de busca. Ao digitar a procura, é listado todo o conteúdo já disposto no site sobre o determinado assunto, independente da data e canal de publicação. Logo, entende-se que os produtos audiovisuais do G1 possibilitam o exercício da memória dentro do portal.



Figura 5 – Busca de conteúdo disposto anteriormente

5- Análise: vídeos e memória

Palacios (2014) explana que a memória é originária desde os primórdios da humanidade. Das pinturas rupestres até as plataformas atuais, diversas técnicas foram incorporadas para a externalização da memória, ampliando os registros humanos. Ele explica também a fundamental importância que o jornalismo exerce na construção da memória:

Se a oposição entre História e Memória for aceita, percebe-se de imediato o duplo lugar ocupado pelo jornalismo, desde a Modernidade: espaço vivo de produção da atualidade, lugar de agendamento imediato, e igualmente lugar de testemunhos, produtor de repositórios de registros sistemáticos do cotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica (PALACIOS, 2014, p. 90)

Em decorrência disso, podemos entender também que a memória não se constitui apenas como uma característica do webjornalismo, mas também a sua formação é influenciada pelo processo jornalístico. A oferta de informações no cenário da web possibilita o acesso contínuo e ininterrupto do conteúdo, a qualquer momento e local.

No jornalismo impresso, diversos veículos disponibilizam arquivos indexados para acesso e pesquisa. No entanto, com a convergência de diversos jornais à plataforma digital, a disponibilização do conteúdo em rede torna a informação pública, mais rápida e facilmente acessível, além de múltipla (PALACIOS, 2014). Percebe-se assim que a memória em base de dados possibilita um acesso mais rápido, prático, ilimitado e, em potencial, temporalmente infinito.

Rodrigues (2014) discorre sobre a possibilidade de assistir aos vídeos noticiosos posteriormente. Ele afirma que alguns sites permitem aos usuários a realização de *download* dos vídeos, possibilitando a visualização direto de seus dispositivos, a qualquer momento. Logo, tal fato reforça ainda mais a característica de memória que permeia o produto informativo audiovisual.

Santaella (2003, p. 94) também exerce uma importante contribuição ao afirmar que “qualquer coisa armazenada em forma digital pode ser acessada em qualquer tempo e em qualquer ordem”. Compreende-se isso quando interrompemos, adiantamos ou retrocedemos a sequência audiovisual ou mesmo quando voltamos a eles para reassistir.

Ao analisarmos o uso dos vídeos como suportes de conteúdos noticiosos, no G1, por exemplo, nota-se o reforço da memória com a disponibilidade de acesso aos audiovisuais já publicados anteriormente. Os vídeos se tornam um repositório capaz de ser acessado pelos usuários em qualquer tempo ou local.

Ao contrário do jornalismo impresso, onde por questões físicas ou ambientais, o armazenamento de informações pode se perder, no webjornalismo os conteúdos são transformados em *bites*, transformando-se em um banco de dados acessível permanentemente. Conclui-se que “a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na Web do que em outras mídias” (PALACIOS. 2002, p. 03)

A possibilidade de guardar e compartilhar o conteúdo nesse formato é muito maior, facilitando a repercussão do assunto, bem como uma busca posterior. Logo, é notório que os vídeos constituem parte do arcabouço de memória disponível no ambiente digital.

Além disso, na busca online de um determinado assunto, ao se deter em um conteúdo, o acesso a ele conduz o leitor de volta à plataforma em que foi disponibilizado, reforçando a fidelidade do público. No estudo de caso que efetuamos no portal de notícias G1, ao buscarmos informações no Google para exemplificação da pesquisa, encontramos links que nos conduziam de volta ao site G1.



Figura 6 – Condução para plataforma originadora do conteúdo encontrado

6- Considerações Finais

No texto hipermediático é possível a oferta e o aprofundamento de diversas informações sobre determinado assunto, em estruturação horizontal. A união da hipertextualidade com os recursos multimidiáticos oferece uma interconexão mais ampla do leitor com o conteúdo informativo, permitindo uma autonomia e interatividade com o texto, muito maior do que em outras plataformas.

Desse modo, a ampliação e o aprofundamento do assunto abordado são possibilitados através do uso de elementos audiovisuais na composição da notícia. Por sua vez, a utilização de vídeos como difusor informacional torna o conteúdo atrativo e dinâmico para o usuário, facilitando a compreensão e acúmulo de mais dados.

A digitalização das informações permite o seu compartilhamento e acesso em diversos dispositivos e suportes, tornando-se uma fonte de memória mais prática e facilmente acessível. Assim também ocorre então aos elementos audiovisuais.

A oferta e volume das informações audiovisuais anteriores são muito maiores e mais facilmente acessíveis ao leitor em detrimento às plataformas, melhorando assim a recepção do conteúdo.

REFERÊNCIAS

ATAÍDE, A. A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba. Revista Eletrônica Temática. João Pessoa, v. 10, p. 01 – 12, 2010.

BARBOSA, S. Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-de-dados-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 15.03.2017.

CANAVILHAS, J. (Org). **Notícias e Mobilidade: Jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom Books, 2013.

_____. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 25.03.2017.

_____. **WEBJORNALISMO Considerações gerais sobre jornalismo na web**. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 03.04.2017.

_____. **Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW**. Covilhã: Livros LabCom Books, 2007

CANAVILHAS, J.; SEIXAS, L. Jornalismo e dispositivos móveis. In: <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/issue/view/6>. Acesso em: 14.03.2017.

CASELLI, T.; COUTINHO, I. **Webjornalismo Audiovisual: as Características do Jornalismo Online na TV Terra**. Trabalho apresentado no XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2012.

NOGUEIRA, L. **O webjornalismo audiovisual : uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. 2005. 133 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) –Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

OLIVEIRA, V.; PAULINO, R. **A tecnologia como norteador das mudanças nos processos de produção jornalística do impresso ao tablets**. Trabalho apresentado no 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto, 2013.

PALACIOS, Marcos. **Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático**. In: http://www.fca.pucminas.br/jornalismocultural/m_palacios.doc. Acesso em: 14.03.2017.

_____. **Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate**. Paper apresentado no painel Informação e Jornalismo no evento Jornadas sobre jornalismo online, Universidade da Beira Interior, Portugal, Junho, 2002.

_____. **Memória: Jornalismo, memória e história na era digital**. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom Books, 2014.

PRADO, M. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RODRIGUES, B. **Webwriting: redação para a mídia digital**. São Paulo: Atlas, 2014.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paulus, 2003.

SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVA, F. **Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream**. In: <http://www.jornalismomovel.com.br/wpcontent/uploads/2008/01/fernando-firminoda-silvatecnologias-moveis-na-producaojornalistica1.pdf>. Acesso em: 25.04.2017.