

Uso dos dispositivos móveis no processo de produção de vídeos alternativos: impactos dos smartphones para jornalistas e colaboradores¹

Daniela BLANCO²

Diego ALVES³

Karolene SILVA⁴

Juliana TEIXEIRA⁵

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

A produção no jornalismo adequa-se a um cenário em transformação que emerge, entre outros fatores, das novas potencialidades oferecidas pelas tecnologias móveis digitais. Diante do cada vez mais expressivo poder das pessoas para o consumo e a difusão rápida de conteúdos, este trabalho visa investigar as formas pelas quais os dispositivos móveis têm sido usados na produção de vídeos alternativos. O objetivo é compreender as mudanças da linguagem audiovisual a partir da inserção desses dispositivos, sobretudo os smartphones. Abordaremos aspectos como a qualidade e limitações que tais equipamentos geram, além de analisarmos a adaptação das rotinas produtivas com essa nova realidade e a modificação no âmbito da produção jornalística com o uso dos dispositivos móveis e a participação dos colaboradores.

Palavras-chave: Dispositivos móveis; jornalismo audiovisual; vídeos alternativos; processo de produção jornalístico.

Introdução

O desenvolvimento da tecnologia e o uso de ferramentas digitais de interação social por meio dos dispositivos móveis influenciaram e modificaram, além das formas de se relacionar, a maneira de consumir e produzir notícias. O processo de digitalização das mídias modificou não só o modo de comunicação entre os indivíduos, mas também

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: d.blancov13@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: diegovieira476@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: karoleneveras@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

o método de produção de conteúdos. As ferramentas tecnológicas propiciaram ao público a possibilidade de elaborar conteúdos próprios.

Esse novo cenário passou a exigir, por exemplo, instantaneidade na divulgação de informações, principalmente pelas organizações jornalísticas, as quais possuem um compromisso profissional nesse sentido. Além disso, a produção de conteúdo audiovisual faz-se cada vez mais necessária, até porque é bastante demandada pelos diferentes públicos, sobretudo no contexto da internet e das redes de interação social (redes sociais). A imagem adquiriu espaço e a produção de vídeos mais alternativos passou a se fazer presente na rotina das produções jornalísticas. É evidente a mudança no conteúdo jornalístico no que diz respeito à sua produção e distribuição, que atualmente é marcada por imagens e sons.

De acordo com Dantas e Rocha (2017), os usos dos dispositivos móveis nas rotinas de produção de conteúdo jornalístico estão gerando uma das maiores transformações da história do jornalismo. Segundo Miranda (2007), os meios de comunicação passaram por diversas transformações no decorrer dos séculos XVII a XXI. Com o advento do rádio e do cinema, logo em seguida a explosão da televisão, a produção de imagens e sons estimularam o interesse da população, tornando a televisão o veículo de comunicação mais popular. Com a eclosão das tecnologias digitais, o computador, a internet e os dispositivos móveis, proporcionam aos usuários, em diferentes lugares, a busca, troca, produção e interação acerca das informações, por meio da rápida propagação dos conteúdos (SANTINI; CALVI, 2013).

A maior acessibilidade dos dispositivos móveis inegavelmente alterou o cenário audiovisual e jornalístico, mas em que momento se deu a inserção dos dispositivos móveis? Quais as interferências e limitações geradas neste tipo de produção? Esses questionamentos serão abordados no decorrer deste artigo, que toma como base teórica e metodológica a revisão bibliográfica e a perspectiva do newsmaking.

1. Panorama teórico da inserção dos dispositivos móveis no processo de produção do audiovisual

Primeiramente é necessário definir o conceito de dispositivos móveis e o que envolve a utilização desse termo. Segundo Alcântara (2010, p.2), “podemos definir Tecnologia Móvel como a forma de acessar a internet e outros recursos computacionais

por meio de dispositivos móveis, tais como, celulares, iPhone, iPod, iPad, notebooks, smartpads, dentre outros”. Portanto estão incluídos, teoricamente, no âmbito da expressão “dispositivo móvel” aparelhos como: smartphone, PDA, celular, console portátil, ultra mobile PC, ultrabook, notebook, netbook, laptop, coletor de dados, smartwatch.

A produção do conteúdo audiovisual (fotos, vídeos), na década passada, era registrada pelos profissionais mais experientes, que utilizavam equipamentos de alto custo, a qual demandava um maior tempo para a produção do conteúdo e consequentemente para a distribuição (SILVA, 2013). No entanto a multifuncionalidade dos aparelhos digitais simplificou a maneira de produzir vídeos.

A integração de várias funções em apenas um dispositivo móvel é cada vez mais comum e é o caso do smartphone (foco da presente pesquisa) que tem utilidades como GPS, internet, calculadora, TV, leitor e gravador de áudio, câmera que captura foto e vídeo, entre muitas outras funções e por esse motivo é a preferência de compra da população, como Teixeira (2015) afirma:

Cabe, ainda, esclarecer o destaque conferido aos smartphones em detrimento dos demais dispositivos móveis. Cada vez mais, os smartphones passam a ocupar um lugar de protagonismo entre os dispositivos móveis; até porque as mídias têm se tornado mais orientadas pelo contexto do usuário (incluindo questões como localização e personalização) e menos pela plataforma tecnológica. As previsões (Newman, 2016; 2015) são de que os smartphones atinjam cerca de 80% da população mundial em 2020. Tais perspectivas são reforçadas pelo fato de que as vendas dos tablets caem enquanto as de smartphones crescem: os tablets representam, hoje, apenas 11% do crescimento global comparados com 55% no ano de 2013. (TEIXEIRA, 2015, p. 485).

Quando se fala em produção audiovisual para dispositivos móveis, o uso dos smartphones também ganha destaque por ser um dos meios tecnológicos de mais fácil acesso, conforme Santini e Calvi (2013, p. 177). Isso permite que os usuários desenvolvam novas formas de criação, difusão e consumo de conteúdos audiovisuais, fazendo com que o vídeo deixe de ser uma linguagem quase que exclusivamente utilizada pelos profissionais da área de comunicação. A próxima seção detalha o contexto da inserção do smartphone para a captação de vídeos.

2. Uso do smartphone na produção audiovisual

Levando em conta esses dados sobre o smartphone ser o dispositivo móvel mais presente na vida da população mundial, é interessante analisar a história evolutiva desse dispositivo para compreender como e quando ele se inseriu na produção audiovisual.

O primeiro celular do mundo, o modelo DynaTAC 8000X da Motorola, foi desenvolvido em 1972 e lançado oficialmente em 1983. Pesava um quilo, capacidade de uma hora de conversação, display com LED e memória capaz de guardar até 30 números. Seu valor de lançamento era U\$ 3.995,00. O preço do primeiro celular em 1983 é 3,9 vezes maior que o preço de lançamento do smartphone de última geração da Apple em 2017, o iPhone X de U\$ 999. “As listas de espera chegavam aos milhares, mesmo com o preço do DynaTAC 8000X; hoje um aparelho de última geração está na faixa de U\$250” (ABREU, 2004, p. 22).

Em cerca de 30 anos de existência, os celulares passaram pelas mais diversas modificações e atualizações que resultaram na sua atual convergência multimídia. A cada ano as diversas marcas da telefonia que cresceram no mercado, como Apple, Samsung, LG e a pioneira Motorola, disputam quem trará a maior revolução na telefonia móvel. Abreu (2004) ressalta que o uso dos dispositivos móveis hoje tem estreita relação com o estabelecimento de estilo de vida, na medida em que o celular utilizado pelo indivíduo tem a possibilidade de enriquecer relacionamentos, agregar lazer e expressar aspectos de sua personalidade.

Isso exige das indústrias ligadas à telefonia móvel que estejam em constante processo inovador, antecipando as demandas dos usuários, inclusive. A implantação de câmera no celular é uma das modificações mais relevantes, na medida em que alterou a interação do usuário com o aparelho, tornando a experiência mais pessoal e interativa.

A resignificação do celular, que deixou de ser apenas um aparelho para efetuar chamadas, mudou o comportamento do ser humano na sua maneira de utilizá-lo. Conforme pontua Cunha (2010), os smartphones se tornaram uma extensão pessoal de cada indivíduo, pois atuam como um computador portátil capaz de armazenar compromissos, documentos, arquivos multimídia e conectar pessoas de maneira irrestrita por meio da internet. É verdade que não existe um consenso sobre quais funcionalidades um aparelho celular precisa apresentar para se tornar um smartphone, mas uma constante tem sido a disponibilização de um sistema operacional, acesso à

internet e câmeras cada vez mais modernas para produção de fotos e vídeos (CUNHA, 2010).

Essa atualização cultural da simbologia do smartphone na vida cotidiana permitiu a fácil inserção deste aparelho como principal e mais acessível dispositivo móvel utilizado na produção audiovisual. A relação entre dispositivos móveis e audiovisual traz mudanças em todos os âmbitos: muda-se a forma de consumo de produtos audiovisuais, muda-se formatos do audiovisual para adaptar-se à plataforma dos dispositivos móveis, muda-se a maneira de se produzir o audiovisual em padrões alternativos, assim como a distribuição e veiculação.

Ainda segundo Cunha (2010), as barreiras que separam produtores e consumidores são tênues e a convergência digital é uma das causas do aumento do número de pessoas que usam o smartphone como ferramenta de produção de imagens em movimento e também como plataforma para assistir esse mesmo tipo de imagens. A junção de acesso à rede e da câmera integrada ao celular tem o potencial de tornar qualquer indivíduo em posse desta ferramenta em um produtor e difusor de conteúdo audiovisual, contanto que também disponha de habilidades e disponibilidade para isso.

O uso do smartphone na produção audiovisual é um salto no processo produtivo e no formato de tais produções. A portabilidade do aparelho cria uma constante atmosfera de possibilidade de uma nova criação de vídeo, pois uma nova produção está à distância de um bolso. Palácios (2013, p.1) sustenta que "tendo como parâmetros o bolso e a palma da mão, coloca-se de imediato a questão do tamanho, da miniaturização que possibilita a portabilidade e a ubiquidade, duas palavras recorrentes" na contemporaneidade, ainda que seja fundamental considerar que tal mobilidade surgiu com os transistores e sua aplicação ao rádio de pilhas, ainda na década de 1950.

Um dos principais diferenciais dos smartphones encontra-se, desse modo, no fato de que qualquer indivíduo com acesso a eles poder criar um produto audiovisual.

Operar a câmera de um aparelho celular é algo extremamente intuitivo, realizável mesmo por uma criança ou por um adulto sem maiores intimidades com a tecnologia. O registro do audiovisual pode ocorrer em qualquer contexto e a qualquer momento da vida do usuário do celular, bastando para isso que ele saque do bolso o seu pequeno e portátil aparelho. Com isso, torna-se cada vez mais perceptível o grande volume de produções (disseminadas principalmente pela Internet) realizadas por pessoas comuns cujo tema ou objeto se encontram ancorados diretamente no cotidiano (CUNHA, 2010, p. 41).

A democratização da acessibilidade a smartphones tem chamado a atenção das empresas jornalísticas, uma vez, que almejam que seus conteúdos audiovisuais sejam acessados pelo maior número de usuários em vários meios e formatos. Nessa perspectiva, porém surgem igualmente questionamentos ao que tange às técnicas de produção. Um vídeo produzido por dispositivos móveis possui boa qualidade? Qual o enquadramento utilizado? Ele tem um bom áudio? Como é o processo de edição? Que tipo de conteúdo está sendo abordado? Segue os padrões da ética jornalística? Este novo contexto é uma influência direta na linguagem audiovisual, permitindo o surgimento de padrões estéticos alternativos, assunto do próximo tópico.

3. Interferência dos dispositivos móveis na linguagem dos vídeos mais alternativos

O audiovisual recebe cada vez mais espaço e importância nos meios de comunicação em geral e isso tem demandado linguagens e formatos diferenciados para produção de conteúdos, inclusive os jornalísticos. As empresas jornalísticas estão tendo também que se adaptar ao universo da mobilidade, que oferece um fluxo intenso de informações por meio dos dispositivos móveis. Para Silva (2013, p. 171), a mobilidade é vista como um princípio potencializador da comunicação com a capacidade de transportar informações virtualmente.

À medida que as tecnologias digitais foram surgindo, outras ferramentas eclodiram para os profissionais da comunicação, que reestruturaram a forma de distribuição dos conteúdos jornalísticos audiovisuais. O jornalismo deixou de estar apenas nas plataformas tradicionais e migrou para a tela dos computadores, chegando aos dispositivos móveis e podendo ser acessado com as pontas dos dedos. Conforme Natansohn e Cunha (2010), a convergência midiática foi um dos fatores responsáveis por tal reestruturação, suscitando essa migração da produção e da distribuição dos conteúdos jornalísticos para várias plataformas.

Diante dessas questões, as produções jornalísticas audiovisuais tiveram que passar por um momento de renovação. As instituições jornalísticas contemporâneas precisam, por exemplo, cada vez mais apresentarem um produto audiovisual com linguagem mais simplificada e acessível a fim de proporcionar a aproximação entre o público e as próprias organizações. Nesse aspecto, há também a necessidade de abrir

espaço para a divulgação de vídeos mais “alternativos”, muitos deles produzidos por smartphones, ferramenta popular no âmbito social atual.

Hoje, até mesmo a televisão, tradicionalmente caracterizada como um veículo de comunicação de massa, permite ao público uma pequena participação na construção de informações. O coletivo social passou a manifestar aprovação ou reprovação às informações produzidas por meio da audiência. Com a participação popular tornou-se cada vez mais necessária a reestruturação dos formatos televisivos, surgindo assim novas formas de narrativas.

A essa metamorfose midiática e intercambiável, nesses novos espaços comunicacionais e de constantes transições é que o jornalismo no espaço digital se insere. Diferentes combinações e hibridações são organizadas em vista de produzir novas formas narrativas e formatos de conteúdos mais interativos e próprios do novo meio (CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017, p. 440).

Nesse cenário, é importante identificar e entender as necessidades do público que ainda não foram supridas, a fim de propor novidades na produção audiovisual. Até porque, o desenvolvimento dos dispositivos móveis facilitou os processos de interação e participação do público nas produções jornalísticas tradicionais. O seu uso facilitou, por exemplo, o acesso da sociedade a produtos e conteúdos oferecidos por diferentes organizações jornalísticas, permitindo uma comparação entre elas para obter versões distintas dos fatos noticiados.

A instantaneidade nos processos comunicacionais também passou a ser ainda mais demandada, na medida em que, sobretudo após o advento da internet, a agilidade nas produções jornalísticas torna-se cada vez mais fundamental. As diversas possibilidades de acesso que o público detém exigem produções ágeis e conteúdos de acesso rápido e repletos das informações que o coletivo social procura para manter-se informado.

A internet na sociedade expandiu as fronteiras para a elaboração de novos conteúdos audiovisuais. O desenvolvimento de formatos diferenciados, possibilidades de interatividade fizeram com que emergisse na Web um audiovisual próprio. Segundo a pesquisadora Miriam Rossini (2015), a emergência desse mercado dá-se principalmente nos formatos e na estética do audiovisual, além, de

reorganizar o mercado da produção e do consumo (CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017, p. 442).

A velocidade em que os conteúdos passaram a ser divulgados exigiu dos veículos de comunicação maior agilidade nos processos de produção. O público passou a participar do sistema de construção de informações através das redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis disponibilizados pelas próprias empresas jornalísticas a fim de garantir a interatividade. O espaço virtual ganha ainda mais força.

Ressalta-se, aqui, que todo esse contexto inclui o audiovisual. Afinal, com o desenvolvimento tecnológico e o surgimento dos dispositivos móveis (já definidos anteriormente) surgiu a possibilidade de mobilidade do indivíduo enquanto consome os conteúdos audiovisuais. Devido às potencialidades agregadas pelas tecnologias digitais de comunicação, as produções de conteúdos audiovisuais também tiveram que passar por um processo de reestruturação.

A participação do espectador nas produções audiovisuais interfere na linguagem das produções. Atualmente o consumidor dos conteúdos audiovisuais nas plataformas digitais busca, diversas vezes, por vídeos mais alternativos, com uma linguagem mais simples e acessível. Isso faz com que, não apenas o conteúdo enviado por esse usuário, mas também os conteúdos produzidos pelas organizações jornalísticas, sejam pensados (algumas vezes) de acordo com esse padrão estético alternativo.

Em outras palavras: são variadas, hoje, as formas de inserção desses elementos alternativos nos vídeos contemporâneos; porém, isso acontece prioritariamente pela participação do espectador nas produções audiovisuais tradicionais (como as dos telejornais), por meio de vídeos produzidos em dispositivos móveis. A aproximação entre os produtores dos conteúdos audiovisuais (organizações jornalísticas) e os receptores dessas produções (espectadores) ocorre, muitas vezes, também por meio dos smartphones, na medida em que a participação é enviada através desses dispositivos. Afinal, é possível observar nos noticiários a participação direta dos espectadores enviando vídeos produzidos com os próprios smartphones através dos aplicativos ou endereços eletrônicos disponibilizados ao público.

Também devemos considerar que o advento e inserção da tecnologia em todos os âmbitos da sociedade oportuniza diversos indivíduos a compartilharem com as mídias ferramentas comuns à produção da notícia, ou seja, constitui-se assim um novo ator social que é co-

participante do processo de enunciação jornalística. (PÉRSIGO; FOSSÁ, 2010, p. 9).

O uso dos dispositivos móveis, porém, não é exclusivo dos espectadores nos processos de produções audiovisuais. As organizações jornalísticas atuais investem, em maior ou menor medida, nessas plataformas digitais para produção de seus vídeos. Conforme já apontava Silva (2013), hoje, as tecnologias móveis são agregadas à rotina de trabalho jornalístico, transformando-se em ferramentas de produção que demandam novas habilidades dos profissionais da área.

Até porque, são perceptíveis também mudanças na linguagem antes utilizada pelos vídeos. Na contemporaneidade, uma linguagem mais acessível tem sido priorizada, além do tempo de duração dos conteúdos audiovisuais que tem se encurtado. Afinal, o espectador, de maneira crescente, busca pela informação rápida e instantânea; e as organizações jornalísticas precisam se adaptar às transformações da sociedade para suprir as necessidades do público e se manterem no mercado.

É notório, ainda, que as produções audiovisuais, após o uso dos dispositivos móveis, buscam a simplificação na linguagem para provocar a sensação de proximidade no espectador, fazendo-o sentir-se parte do processo de construção do que estão consumindo.

Chamou a atenção o fato de que várias conversas são mantidas de forma paralela entre a equipe do Extra e leitores. Notou-se que o público, em muitos casos, ao ser acionado pelo jornal, sente-se valorizado e não demora a responder, ou seja, parece haver uma disposição para o diálogo. Por outro lado, assim que os responsáveis pelo recebimento do material na redação identificam um conteúdo como relevante ou importante, ele é repassado aos editores de área para nova avaliação. Ao mesmo tempo, se a conversa entre redação e leitores via WhatsApp evolui (como várias vezes ocorreu durante a observação) e surgem novas informações sobre o caso, elas são enviadas posteriormente aos editores para que colaborem na apuração jornalística. (PIVOTO, 2017, p. 232).

Nesse contexto social, chama a atenção, conforme salienta Drake (2012, p.83), o potencial que todos na sociedade têm de contar histórias. As empresas jornalísticas, porém, continuam desempenhando essa função de maneira hegemônica. As interações mencionadas ao longo do artigo, propiciadas sobretudo por meio do smartphone, são, portanto, estratégias adotadas pela comunidade para efetivar a participação na produção

de conteúdos audiovisuais simples, mas que com a ajuda dos meios tradicionais para circulação, podem adquirir uma visibilidade mais expressiva e efetiva.

4. Limitações geradas pelos dispositivos móveis ao processo de produção do audiovisual

A qualidade das funções dos smartphones tem evoluído, passando a captar fotos, gravação de vídeos e áudio com maior qualidade. Contudo, o material produzido por smartphones ainda possui limitações acerca da qualidade. De acordo com Santini e Calvi (2013), a ampliação e a variedade de conteúdos audiovisuais disponíveis na rede não garantem a qualidade, inovação e criatividade. Segundo Schiesser (2014), para que as gravações sejam capturadas com cores mais vivas e bom contraste, é necessário que o sensor da câmera do smartphone tenha uma maior espessura, que seja capaz de absorver mais luz dando qualidade ao produto visual final para ser bem absorvido pelo usuário.

De todo modo, os dispositivos móveis dispõem, além do entretenimento, e a busca por informações, outro fator: a circulação na rede, com intenções narrativas com formas simplificadas (DRAKE, 2012). Atualmente os usuários que possuem um smartphone são capazes de produzir conteúdos audiovisuais de cunho jornalístico, sem a necessidade de câmeras de vídeo robustas, que necessitam de um profissional para operá-la (tal como ocorria anos atrás). Essa nova dinâmica tem afetado as rotinas jornalísticas, contribuindo para que a ideia de redação física seja repensada, pois os dispositivos móveis proporcionam a produção e a divulgação dos conteúdos do lugar que se desdobra os fatos.

O profissional não necessariamente depende de uma estrutura física, como uma redação, para produzir conteúdo informacional. Com o acesso a conteúdos advindos da internet a produção do “fazer jornalístico” tornou-se mais célere e a divulgação cada vez mais imediata. (LOPES et al. 2017, p.02).

Mas essa celeridade não representa apenas questões positivas. O jornalista passou, por exemplo, a acumular funções a partir da necessidade da produção midiática pelas plataformas digitais, que antes era exercida por outros profissionais. Agora, com a usabilidade dos dispositivos móveis e a rapidez da internet, esta se torna uma função do próprio jornalista no processo de produção (LOPES *et al*, 2017). Além disso, o profissional da comunicação grava a matéria, fotografa, edita e veicula o conteúdo

audiovisual apenas com o uso do smartphone, concretizando todas essas atividades da maneira mais ágil e possibilitando que o conteúdo chegue mais rápido ao internauta.

Todavia, o conteúdo audiovisual produzido, frequentemente, é veiculado nas mídias digitais sem que haja uma reavaliação, fazendo com que os conteúdos sejam lançados na rede de forma incompleta e dificultando o entendimento do usuário. Por conta da incessante necessidade de veiculação de conteúdos audiovisuais novos em um curto espaço de tempo por meio dos dispositivos móveis, não há uma preocupação a mais com o conteúdo que irá ser divulgado, não havendo tempo para uma edição de qualidade, podendo prejudicar toda produção final.

Cabe salientar, ainda, que, embora os conteúdos produzidos por pessoas comuns favoreçam a oferta de imagens diferenciadas, esses materiais deixam de passar por verificações éticas, demandando uma atenção maior dos jornalistas antes de sua circulação em meios de comunicação. Conforme ressalta Gillmor (2005), os cidadãos colaboradores divulgam o conteúdo que produzem sem passar pelos critérios das mídias tradicionais (jornal, rádio, televisão), sendo diretamente disponibilizado nas plataformas digitais. Isso contribui, é verdade, para o aumento da interação entre os meios de comunicação e seus usuários, mas não podemos deixar de ressaltar que, em alguns casos, o material divulgado por internautas não leva em conta o impacto que terá sobre a sociedade, pelo fato de não serem obrigados a passar por critérios profissionais e éticos do jornalismo.

Em acordo com Bruns (2005), é possível, inclusive, questionar se essa produção de conteúdos realizada por usuários comuns poderia ser considerada jornalismo. Porém, essa questão envolve outros fatores, que não consistem como foco de discussão deste artigo. Limitamo-nos, portanto, a destacar que a produção audiovisual alternativa, em geral, não se baseia em critérios de produção profissional, o que confere ainda mais responsabilidade ao jornalista no momento de avaliar os critérios de sua veiculação.

5. Considerações finais

A inovação tecnológica constante resulta na adaptação dos meios e das pessoas constantemente também. A democratização dos dispositivos móveis e participação social na geração de conteúdo audiovisual é um salto na interatividade entre meios de

comunicação e a sociedade. Apesar das limitações técnicas do smartphone, o seu uso como captador de vídeo é mais comum e crescente.

No âmbito jornalístico, os veículos comunicacionais aderiram às participações dos espectadores por meio de vídeos, dando espaço para o aumento dos vídeos alternativos e mudando seu padrão tecno-estético. Porém, conforme foi verificado ao longo do artigo, essa também pode ser considerada uma estratégia dos meios tradicionais para se manterem vinculados e atendendo às demandas do seu público.

Muitos estudos ainda são necessários para compreender esse novo contexto de mobilidade que se apresenta ao jornalismo, sobretudo o audiovisual. Esse artigo significou, portanto, apenas um pequeno esforço no sentido de demonstrar como os dispositivos móveis (em especial os smartphones) têm gerado impacto nos conteúdos (e sua estética mais alternativas), no processo de produção e nas competências e habilidades exigidas dos profissionais envolvidos, principalmente os jornalistas.

Conforme buscamos destacar, limitações existem, envolvendo, por exemplo, a agilidade do processo, as questões éticas e a sobrecarga de trabalho. Contudo inovações também têm sido buscadas, não apenas para superar tais limitações, mas também para fornecer conteúdos audiovisuais com uma linguagem alternativa, diferenciada e inovadora para esse novo público que emerge diante das tecnologias móveis de comunicação.

Referências bibliográficas

ABREU, Leonardo Marques de. **Usabilidade de telefones celulares com base em critérios ergonômicos** / Leonardo Marques de Abreu; orientadora: Anamaria de Moraes. – Rio de Janeiro: PUC Rio, Departamento de Artes & Design, 2004.

ALCÂNTARA. **Tecnologia móvel: uma tendência, uma realidade.** – 2010. <<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1105/1105.3715.pdf>> acesso em: 01/12/2017.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production.** New York-Washington: Peter Lang, 2005.

CANAVILHAS, J; RODRIGUES, C. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio.** LabCom.IFP, 2017.

CANAVILHAS, J; SANTANA, D. **O jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011**. Revista Líbero. São Paulo, v. 14, n.28, 2011.

CUNHA, Oswaldo Norbim Prado. **O celular e as novas estéticas audiovisuais**. 2010.

DRAKE, A. T. **Las transformaciones de los contenidos audiovisuales y la influencia de los dispositivos móviles en el nuevo escenario transmedia**. Anàlisi Monogràfic, 2012, p. 81-95.

GILLMOR, D. **Nós, os media**. Lisboa: Presence. 2005.

KELLERMAN, Aharon. **Personal Mobilities**. London: Routledge, 2006.

LOPES, E. et al. **A fotografia e a produção de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis no jornalismo em Natal(RN/Brasil): uma investigação sobre as práticas nas empresas jornalísticas e nos meios alternativos**. Intercom. Fortaleza, 2017.

MIRANDA, Lima Gustavo. **A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo**. (Monografia). UniCEUB/FASA, 2007.

NATANSOHN, L.G; CUNHA, R. **O jornalismo de revista no cenário da mobilidade**. Prisma.Com, Porto, n. 12, 2010.

NEWMAN, N. et al. **Reuters Institute Digital News Report 2017**. University Oxford. Reuters Institute, 2017.

OLIVEIRA, Bruno Jareta de. **Narrativas interativas em audiovisual panorâmico para dispositivos móveis**. 2015. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, 2015.

PALACIOS, Marcos. **Prefácio: o mundo no bolso e o contexto na palma da mão**. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013, p.1-5.

PÉRSIGO, M. P; FOSSÁ, T. I. M. **Da Sociedade Midiática à Midiatizada: uma atualização da comunicação organizacional**. Intercom. Nova Hamburgo, 2010.

PIVOTO, Patrícia. **O WhatsApp aliado da notícia: a interatividade no jornal brasileiro Extra**. In: CANAVILHAS, J; RODRIGUES, C. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. LabCom.IFP, 2017.

SANTINI, Rose Marie; CALVI, Juan C. **O consumo audiovisual e suas lógicas sociais na rede. Comunicação, Mídia e Consumo.** Vol.10, n.27. São Paulo: mar.2013, p.159-182.

SILVA, F. F. **Jornalismo móvel digital:** uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. Tese Doutorado. Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 2013.

SCHNEIDER, Henrik. **The reporting mobile** - a new platform for citizen media. In: NYÍRI, Kristóf (org.). Mobile studies - paradigmas and perspectives (coleção Communications in the 21 st Century. Viena: Passagen Verlag, 2007.

SCHIESSER,T. **Aperture, Image Stabilisation, Focus, ISO, Shutter.** Techspot. Disponível em: < <https://www.techspot.com/guides/850-smartphone-camera-hardware/page3.html>>. Acesso em: 30 jan.2018.

TENWOLDE, Sijmen. **Mobile citizen journalism** - an exploration of the opinions, experiences and expectations of sub-sahara african news reporters. 2010.

Dicas para fazer um filme sensacional com a câmera do seu celular. TecMundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/gravacao-de-video/21027-dicas-para-fazer-um-filme-sensacional-com-a-camera-do-seu-celular-video-htm>>. Acesso em: 16 nov.

Estatísticas de uso de celular no Brasil. Opus Software. Disponível em: <<https://www.opus-software.com.br/estatisticas-uso-celular-brasil/>>. Acesso em: 17 nov.