

---

## JORNALISMO EM DISPOSITIVOS MÓVEIS: um estudo de caso do aplicativo G1<sup>1</sup>

Yan Silva RIBEIRO<sup>2</sup>  
Poliana Sales ALVES<sup>3</sup>  
Faculdade Estácio de São Luís, São Luís, MA

### RESUMO

No decorrer das últimas décadas, passamos por mudanças e avanços na tecnologia responsáveis por grandes impactos nos setores humanos. A internet, em seu ponto alto, passa a integrar o jornalismo, alterando tendências pré-estabelecidas e ampliando técnicas, com destaque para os serviços móveis. Neste artigo, visamos compreender como este processo de adaptação funciona no webjornalismo e quais as ferramentas utilizadas. Para estudo de caso, escolhemos analisar a estrutura do aplicativo G1 e como ele se tornou referência para o jornalismo online em dispositivos móveis. Também é nosso objetivo entender conceitos, tendências e as articulações do webjornalismo, com base referencial nas obras de Canavillas (2014), Mielniczuck (2003), Jenkins (2008), Lévy (1999) e Castells (2003).

**PALAVRAS-CHAVE:** Webjornalismo. Cibercultura. Dispositivos Móveis. G1.

### Introdução

Com o constante desenvolvimento tecnológico no decorrer dos anos, o mundo passou a se conectar quase que de maneira instantânea. Dispositivos foram criados, práticas foram dinamizadas e tendências foram concebidas em prol de uma nova perspectiva: o olhar digital. Com o jornalismo não foi diferente. Um dos exercícios profissionais mais antigos e emblemáticos da humanidade, responsável por levar a informação de maneira indistinta, dialogando igualmente com todos os públicos e suas particularidades, também obteve ganhos consideráveis que resultaram em sua ampliação.

Segundo Moherdau (2002, p.22), o início da estruturação da informação digital está datada do final dos anos 1980, apesar do grande The New York Times já oferecer

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 05 – Comunicação Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Recém-graduado em Jornalismo pela Faculdade Estácio de São Luís, e-mail: [yanribeiro7697@gmail.com](mailto:yanribeiro7697@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora, professora do Curso de Jornalismo da Faculdade Estácio de São Luís, mestra em Cultura e Sociedade. E-mail: [polianasales@gmail.com](mailto:polianasales@gmail.com).

---

serviços online dez anos atrás. No entanto, a transcrição de conteúdo impresso para web já não era suficiente para os usuários da *World Wide Web*. Os internautas, mesmo os de primeira viagem, já sentiam a necessidade de consumir um conteúdo totalmente específico para as telas. O presente artigo tem como principal objetivo explicar conceitos, estruturas e características do webjornalismo. Com enfoque destas especificidades, foi realizada um estudo de caso do aplicativo móvel do portal G1, do Grupo Globo, catalogando suas funções e impacto no cenário digital brasileiro. A metodologia inclui o estudo de caso e a pesquisa bibliográfica, tendo com principais referências Jenkins (2009), Lévy (1999), Canavillas (2014), Mielniczuk (2003), e Sanatella (2013).

O primeiro tópico trará conceitos fundamentais para entender como o processo de evolução das mídias ocorreu, guiado pela *internet* e ampliado pela mobilidade concebida pelos adventos tecnológicos, tanto no aparato técnico quanto no âmbito comunicacional. Dessa forma, explicando a mudança de tendências comportamentais dos consumidores de informação do século XXI, é possível traçar caminhos que levem a um mais completo conhecimento da geração atual.

O segundo tópico nos transporta para as particularidades do jornalismo na internet, explicando como esta modalidade foi criada e o que a precedeu. Neste panorama, aprofundamos o estudo nas características do Webjornalismo para entender sua definição e suas contrinuições para a comunicação. O terceiro tópico terá enfoque na quarta geração do webjornalismo, possibilitada através da popularização dos dispositivos compactos que começam a armazenar uma ampla gama de funcionalidades, formando um novo perfil de jornalista contemporâneo que se baseia na multitarefa. Explicaremos também o conceito de ubiquidade e como esta, que é a mais recente característica do jornalismo para a web, contribui para a democratização da informação. O quarto tópico, por sua vez, apresentará o estudo de caso do aplicativo móvel do G1, desde sua criação até o seu assentamento como a versão *mobile* de acesso a notícias número um do Brasil, pontuando suas características, abrangência, com destaque para a navegação do usuário.

### **Webjornalismo e Convergência**

Segundo Moherdau (2002, p.22), o início da estruturação da informação digital está datada do final dos anos 1980, apesar do grande *The New York Times* já oferecer

serviços online dez anos antes. No entanto, a transcrição de conteúdo impresso para web já não era suficiente para os usuários da World Wide Web<sup>4</sup>. Os internautas, mesmo os de primeira viagem, já sentiam a necessidade de consumir um conteúdo totalmente específico para as telas.

Um fator determinante para entender como o Webjornalismo fincou suas raízes no mundo contemporâneo de forma tão rápida, está no conceito de convergência. Jenkins (2008) nos diz que este termo representa uma confluência de mídias, antigas e novas, que resulta em uma grande integração comunicacional. Um bom exemplo de aplicação é o celular, mais precisamente os smartphones. Estes dispositivos portáteis incorporaram facilmente em seus sistemas diversas funcionalidades. Um só aparelho pode proporcionar experiências em câmera, rádio, tv, internet, geolocalização e até mesmo auxiliar na saúde de seu portador através de medidores sensíveis ao toque. A função primária de efetuar e receber ligações, antes essencial para aquisição deste mecanismo, acaba por dividir espaço com outras incontáveis alternativas. De acordo com Jenkins (2008, p. 29)

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. No mundo das convergências das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”.

Esta convergência explicada por Jenkins se reflete no webjornalismo como uma estrutura-base. A dinâmica presente no conteúdo online hoje, é um dos maiores diferenciais entre as formas de apresentação jornalística. Ao passo que os jornais antigos valorizavam matérias gigantes, embasadas nos padrões quase sempre irredutíveis para a época e com uma organização linguística predominantemente rígida, com alterações de percepção mínimas, os conteúdos oferecidos pelo webjornalismo vêm como uma nova alternativa de ver o mundo, de receber e compartilhar uma notícia.

---

<sup>4</sup> Em português, Rede Mundial de Computadores, sistema que conecta informações e pessoas.

---

Conforme Lévy, o crescimento do ciberespaço é orientado por três fundamentos: a interconexão, que se trata da rede mundial de computadores, a criação das comunidades, que reúnem indivíduos com mesmos interesses e afinidades e o princípio da inteligência coletiva, que surge da interação destes indivíduos e suas diversidades, que é “distribuída por toda parte, na qual todo o saber está na humanidade, já que ninguém sabe de tudo, porém todos sabem de alguma coisa” (LEVY, 2007, p. 212).

### **O Jornalismo na Internet: da transposição ao webjornalismo**

Ao longo de sua trajetória, o jornalismo na internet foi nomeado de várias formas. Por ser tão dinâmico e complexo, ele dá margem para centenas de possibilidades de classificação. Mielniczuk (2003) inicia o quadro comparativo pelo jornalismo eletrônico. Este termo foi defendido principalmente pelo fato de ter como base as ferramentas e utensílios eletrônicos, como os computadores, tevês e rádios. Contudo, logo se percebeu que o webjornalismo não se resumia só ao aparelhado técnico, uma vez que eles serviam como meios de propagação, e não necessariamente de criação de conteúdo.

Após tantas tentativas de classificação, chegamos ao termo webjornalismo, que exemplifica o exercício feito especificamente para a web, por entender que todas as definições anteriores fazem parte da concepção do jornalismo feito para o meio digital. Separadas, cada uma abriga uma especificidade, o que acaba limitando o conceito geral. Só reunidas, é que elas se aproximam verdadeiramente deste panorama. Para Canavillas (2001), o termo webjornalismo se justifica por se relacionar diretamente com o suporte técnico, possibilitando uma aglutinação mais naturalizada de sentido.

Segundo McAdams (1999), “assim como um palestrante escolhe metáforas que farão o significado de seu discurso mais claro para a audiência, um designer deve escolher metáforas para ajudar seus usuários a entenderem o sistema” (McAdams, 1999, p. s/n)<sup>5</sup>. Isto se reflete na habilidade do webjornalismo de segunda geração em estruturar as mesmas notícias de formas diferentes, adaptadas para o cenário digital.

Os jornalistas da web passam a utilizar recursos multimídia como forma de complementar a notícia, quando percebem que a linguagem e abordagem de conteúdo na

---

<sup>5</sup> Texto original: “Just as a speaker chooses metaphors that will make his or her meaning clearer to the audience, a designer must choose metaphors that help the users understand the system”

internet não poderiam ser exatamente iguais ao modelo tradicional. O *hipertexto* surge como uma nova maneira de se contar uma história, oferecendo a incrível possibilidade de adicionar outros tipos de mídia ao texto dos sites. A utilização de e-mails e fóruns de debate já é uma realidade neste modelo, onde o usuário tem as primeiras experiências em guias de navegação, sinalizados no topo dos endereços eletrônicos, em formato de barras segmentadas.

Fotos, áudios e vídeos passam a ser empregados como complemento do texto através de *links*, permeando uma nova forma de se trabalhar a notícia. Os *chats* passam a estreitar as relações dos leitores com os editores. Certamente, esta geração marca os primeiros passos da humanidade ao seu perfil mais participativo no ciberespaço, que consiste “no espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores (LÉVY, 1999, p.92).

### **Dispositivos Móveis e Ubiquidade: a 4ª geração do jornalismo na web**

Atualmente, o jornalismo na web vive a sua quarta geração. Concebida de 2002 até os dias de hoje, esta fase representa a fusão das anteriores, mas com um diferencial: a interatividade proporcionada pelos avanços no digital. A base de dados chega a este estágio como o principal destaque. O fato é que, com os avanços constantes na tecnologia, tanto o aparato técnico quanto a web passaram por transformações significativas. O que antes tinha grandes proporções e demandava centenas de circuitos para funcionar, hoje, cabe no bolso e pode ser carregado para qualquer lugar. Smartphones, tablets e laptops que pesam menos de dois quilos, são tendências que se consolidaram justamente por facilitarem cada vez mais o acesso ao ciberespaço, prática que se tornou uma necessidade básica na contemporaneidade.

A ubiquidade é considerada a sétima e mais recente característica do jornalismo voltado para a internet. Sua percepção é recente em relação às anteriores, já que ela começa a ficar evidente com os inúmeros avanços na tecnologia. Neste contexto, esta característica está sendo testemunhada pelo mundo contemporâneo e merece atenção, pois trará consigo importantes contribuições para o futuro. A conectividade global passa a ser marca registrada da atualidade. Os chamados *prosumers*, os que consomem e produzem informação, caminham para um novo estágio de interação nas redes. E, por ser

global, a conexão atinge a todos, se espalhando através dos dispositivos. Isto é ubiquidade. Como pontua Canavillas (2014, p. 160),

no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa e em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global.

No jornalismo, isto se reflete na apuração. Antes, com o padrão das mídias analógicas, era preciso escolher qual demanda atender primeiro, o que influenciava diretamente na construção das notícias. Não era possível realizar uma cobertura em vários lugares diferentes. Contudo, com a emergência da era digital, os jornalistas passaram a colher uma grande fatia dos principais fatos que aconteciam, desenvolvendo o perfil multifacetado tão natural atualmente.

### **O G1 na 4ª geração do jornalismo na web: estudo de caso**

“Rápido, confiável e completo”. É assim que o aplicativo do portal G1, desenvolvido pelo grupo Globo, é descrito na primeira imagem de sua apresentação na lojas virtuais. Hoje, ele é uma referência presente nas plataformas como alternativa para os usuários que desejam se informar de forma rápida e fluida. Lançado em 01 de dezembro de 2014, o aplicativo G1 já ultrapassou a expressiva marca de 1 milhão de downloads na PlayStore, a loja online da Google, com média de 4,1 estrelas, mais de 20 mil avaliações e classificação livre, seguindo como um dos mais recomendados do gênero “notícias e revistas”.

O portal G1, lançado pela Globo em 2006, substituindo o antigo GloboNews.com, chega com a proposta de renovar o contato virtual da emissora com o público. Com as novas dimensões possibilitadas pelo avanço no digital, tudo teve que ser atualizado, redefinindo completamente sua estrutura e abordagem. Com o passar do tempo, a ampliação de alcance fez com o que o website se reorganizasse, visando novas metas. A versão *mobile* do maior portal do Brasil é diversificada e intuitiva. No ecrã inicial, temos a apresentação das notícias de última hora, que varia de acordo com as editorias. A lista não segue um padrão de proximidade entre as publicações. É comum

que após uma notícia de política, por exemplo, siga uma reportagem do Fantástico ou uma matéria do Globo Esporte. Esta nova forma de abordagem é voltada para a acelerada vida cotidiana, onde o usuário tem acesso amplo e rápido à informação, das mais variadas naturezas, como um grande apanhado de assuntos recorrentes. Este formato de notícias de última hora, frequentemente atualizadas durante o dia, faz com que o usuário não se perca e tenha acesso mais rápido ao conteúdo oferecido. Durante a navegação, aplicativo oferece a opção “mais lidas”, que lista as notícias que receberam mais cliques durante o dia, uma opção bem organizada e de fácil acesso. Esta guia fica disponível em todas as seções de navegação do portal e, no aplicativo, ela é bem sinalizada e organizada, geralmente aparecendo ao final de cada matéria.

**Figura 1:** Lista de "mais lidas" do aplicativo



**Fonte:** Reprodução/ Aplicativo G1

No canto esquerdo superior, é possível acessar uma aba que funciona como uma espécie de catálogo de publicações. No topo, o cadastro do usuário é disponibilizado, o que traz algumas funções interessantes. No processo, são solicitados dados básicos para *login* e ao lado, no ícone de configurações, é possível adicionar a localização e avaliação do usuário, além de sua foto de perfil. Isto serve como uma espécie de filtro para oferecer conteúdo dos telejornais locais, além de ser um importante diferencial, considerando que

---

o grupo Globo possui filiais em todos os estados brasileiros, o que aumenta potencialmente o alcance do aplicativo.

Em “acesse sua conta”, além de qualquer conta pessoal, o usuário pode utilizar, se possuir, seu login do globo.com, do Facebook ou alguma conta de e-mail do Google. Essa opção é válida, já que dispensa o cadastro prévio, sincronizando automaticamente qualquer conta alternativa com o aplicativo. Para cadastro no app do G1, são solicitados apenas nome completo, e-mail, senha e a ciência dos termos de uso e da política de privacidade da plataforma. Esta abordagem dispensa os extensos formulários que anteriormente assombravam os internautas, que são atraídos também pela facilidade para se logar nos aplicativos móveis.

No quesito responsividade, o portal G1 se estrutura com facilidade. O layout adaptado para cada tamanho de tela torna a experiência do usuário muito mais agradável. Esta forma de apresentação garante ao internauta a certeza de que ele terá uma leitura confortável em qualquer dispositivo, seja em um monitor de computador de 15 polegadas ou em *smartphone* de 5. Com o recurso “alerta” ativado, o aplicativo avisa ao usuário quando novas notícias são postadas, por meio de notificação. Dessa forma, mesmo sem abrir o aplicativo, as notícias. A navegação é fácil e fluida, uma vez que a distribuição de conteúdo no aplicativo é limpa, ou seja, sem exageros de composição, como gráficos enormes que diminuem a velocidade de carregamento.



**Figura 2:** Matéria do portal com mensagem de orientação após imagem.



**Fonte:** Reprodução/Aplicativo G1

Além das editorias tradicionais pautadas com base no interesse público e de cunho estritamente jornalístico, o aplicativo móvel do G1 oferece produções alternativas especiais que merecem destaque. Dois importantes exemplos são as abas ‘eleições 2018’ e ‘enem 2018’. A primeira oferece coberturas nacionais e regionais completas sobre todo o período eleitoral deste ano, desde a homologação das candidaturas até o resultado e consequências posteriores das eleições, reunidas e organizadas com base nos estados brasileiros. O recurso também ofereceu apurações em tempo real para o país todo.

**Figura 3:** Apuração das eleições do Maranhão



Fonte: Reprodução/Aplicativo G1

A segunda, com foco no Exame Nacional do Ensino Médio, o Enem de 2018, desenvolveu, anterior e posteriormente, uma cobertura completa, disponibilizando dicas de professores, informações sobre a prova e conteúdos específicos e organizados para os que concorriam a uma vaga na universidade.

**Figura 4:** Divulgação oficial do gabarito do Enem 2018



Fonte: Reprodução/Aplicativo G1

O conteúdo exclusivo oferecido pelo aplicativo G1 é bastante amplo e superestruturado. Dentro das editorias tradicionais, temos desdobramentos complementares das notícias, com gráficos e indicadores bem elaborados e de alta qualidade. A título de exemplo, temos o monitor de violência desenvolvido pelo portal, com um levantamento técnico importante das principais notícias do universo policial nacional e regional, que informa o leitor com base em dados e ilustrações gráficas.

A hipertextualidade presente no jornalismo online é fundamental para o internauta e de grande valia para qualquer aplicativo móvel, pois o qualifica para ser utilizado. Neste aspecto, a notícia pode ser contada de formas variadas e por diferentes ângulos. É muito frequente que, aliado à matéria, o G1 ofereça um vídeo ou um gráfico de uma reportagem especial feita exclusivamente para este núcleo. Neste espectro, ganha vida um rico sistema de informações multimídia, especialmente preparado e adaptado para a presente geração.

O processo interacional também acontece quando a informação é distribuída efetivamente pelas redes sociais, que funcionam como potentes catalisadores de acesso móvel. Como a apresentação das notícias na versão *mobile* é sofisticada e intuitiva, fica mais fácil para o usuário ser informado por meio de qualquer tipo de conteúdo em seu dispositivo. Gráficos animados e vídeos com alta qualidade são facilmente reproduzidos no aplicativo. O internauta, sempre muito atento aos avanços, se acostuma naturalmente com os novos padrões estabelecidos, de forma que as imagens com baixa resolução, instantaneamente, estão deixando de povoar a internet. E o G1 entende isso, pois conseguiu adaptar todo o seu material visual para o ambiente móvel.

No aplicativo, o usuário tem acesso, mesmo sem assinatura, a vídeos de praticamente toda a programação jornalística do grupo Globo. Na extensão da aba de telejornais, acessamos conteúdos pré-exibidos na tevê, na íntegra, com passagens, reportagens especiais, quadros e resumos. Tudo armazenado na memória da plataforma, que oferece um acervo de até meses atrás, com vídeos que chegam a ultrapassar duas horas de duração, o que não compromete sua qualidade. Algo a se observar é que, geralmente, a reprodução dos vídeos é precedida de anúncios publicitários de 30

segundos, que não podem ser adiantados. Entretanto, este fator se torna irrelevante diante das possibilidades de acesso gratuito.

Outro grande aspecto em que o G1 se destaca na produção jornalística para a internet é na criação de *podcasts*, que também são disponibilizados em sua plataforma móvel. Com a consciência de que o webjornalismo não se faz somente com texto e vídeos, o G1 investe neste conteúdo de mídia em áudio, que se aproxima de um programa de rádio, mas com conteúdo oferecido sob demanda, o que implica na liberdade do usuário em escolher o que deseja ouvir. A organização da janela é disposta com base em quatro cenários: notícias e política, tv e filme, música e economia. O conteúdo se apresenta em listagem, em uma escala das mais recentes para as primeiras disponibilizadas.

**Figura 5:** Podcast do G1 especializado em Educação Financeira.



**Fonte:** Reprodução/Aplicativo G1

Com a internet cada vez mais evoluída e integrada com o cenário multimídia, milhares de informações circulam no ciberespaço. Com as redes sociais em voga, hoje, não é necessário ser um jornalista com formação acadêmica para compartilhar notícias. Basta ter um celular em mãos e acesso à rede para disseminar qualquer informação. Todos querem produzir conteúdo. Entretanto, esta democratização da informação ofertada pela internet não tem apenas um lado positivo.

As chamadas *fake news*, notícias falsas em tradução literal, são produções com características do exercício jornalístico, mas que não condizem com a verdade, como o próprio nome já diz. Ultimamente, elas têm se alastrado na internet como um vírus autosuficiente, com capacidade de adquirir enormes proporções em apenas alguns minutos de existência. Por falta de informação ou feito em plena consciência, o compartilhamento das *fake news* por parte dos usuários se tornou um grande problema do mundo contemporâneo.

Pensando nisso, o G1 cria em sua plataforma o especial Fato ou Fake, com o intuito de esclarecer notícias que estejam em evidência no momento, realizando uma análise para descobrir se são verdadeiras ou falsas. Ao receber um clique, esta seção toma forma rapidamente, contextualizando as evidências da notícia com visual simples e de fácil leitura. Um recurso importante criado pelo portal G1 é a disponibilização de um número de conta comercial no *WhatsApp* para contato com o público, logo abaixo de cada análise. No aplicativo, ao clicarmos no número em hipertexto, automaticamente somos direcionados ao aplicativo mensageiro, onde a janela de conversa é aberta. Após isso, é só enviar uma saudação para a central do Fato ou Fake para receber conteúdo exclusivo e mais informações sobre tudo o que vira notícia na internet.

Figura 6: Conta comercial no WhatsApp da seção Fato ou Fake.



Fonte: Reprodução/Aplicativo G1

---

Disponibilizado nas lojas virtuais, um de seus tantos pontos fortes é o seu tamanho relativamente pequeno. Com 17 *megabytes*, ele oferece conteúdo exclusivo e de qualidade, com design sofisticado, velocidade de navegação e uma infra-estrutura pensada para o conforto e praticidade. Em contra-posição, no contexto de reprodução de vídeos, os anúncios obrigatórios podem deixar alguns usuários insatisfeitos, bem como a aleatoriedade de seu posicionamento entre os parágrafos das matérias. Dependendo da conexão do utilizador, certos recursos ficam impossibilitados de serem exibidos.

### **Considerações finais**

Todas as transformações acarretadas pelos impulsos da era digital tiveram significativas contribuições para a dinamização pela qual a comunicação, em sua totalidade, passou. Distâncias foram encurtadas com a conexão móvel e uma nova maneira de estruturar as notícias se revelou nas práticas jornalísticas. Essa participação ativa da audiência nas redes começa a realçar a necessidade de estar sempre em busca de novos meios, mas isso não quer dizer que os antigos sejam abandonados ou esquecidos. No novo formato da cultura participativa, o público se transforma a partir da convergência das mídias, que, naturalmente, se reestruturam para comportar novos sistemas e atualizações.

Concluimos com o presente trabalho que as relações intermediadas pelos dispositivos compactos são mais ágeis por se basearem no tempo real do acontecimento. Hoje, é bem mais fácil nos informarmos por conta própria na internet, do que recorrermos aos meios jornalísticos, que acabam assumindo o papel de agentes asseguradores da notícia, em meio a fácil produção e compartilhamento de conteúdo. Entendendo que o internauta preza pela instantaneidade da informação, o portal G1, com o suporte de sua versão *mobile*, oferece acesso a um conteúdo amplo e exclusivo, estruturado com base nas novas formas de recepção, fazendo com que o leitor da web se sintam o mais próximo possível de tudo o que acontece. A interação que se organiza neste parâmetro é certamente mais efetiva do que a feita por um terminal fixo. Sob um prisma de atenção comportamental, fica claro que o webjornalismo se desenvolve com base nas relações da audiência com os meios no formato voltado para a internet. Antes, as redações muradas eram as principais responsáveis pela decisão do que deveria ser publicado ou não. Agora, quando adquirimos maior autonomia no acesso à informação, elas passam a dividir

---

participação ativa com os internautas que, cada vez mais, se mostram curiosos e contribuem com sugestões de interesse. Com isso, os grandes portais e *sites* de notícias passam a ter a necessidade de estarem sempre disponíveis para o leitor, em qualquer lugar, pois, a conexão sem fio e o uso de dados móveis, deu movimento ao receptor, antes totalmente passivo, mas agora atuante na distribuição e repercussão da informação.

### Referências

CANAVILLAS, João. **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. 2013. Disponível em < [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301\\_joaocanavilha\\_noticiasmobilidade.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joaocanavilha_noticiasmobilidade.pdf) > Acesso em 13 de nov.2018.

CANAVILLAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. 2014. Disponível em < [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404\\_webjornalismo\\_jcanavilhas.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf) > Acesso em 12 de nov.2018.

FIDALGO, A. **Do poliedro à esfera: os campos de classificação. A resolução semântica no jornalismo online**. In: Anais do II SBPJOR. Novembro de 2004. Salvador. Brasil. CD.  
JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; Green, Joshua; Ford, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 1999. Disponível em < <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf> > Acesso em 16 de nov.2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Disponível em < <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf> > Acesso em 14 de nov.2018.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web: produção e edição de notícia online**. 2ª. Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Desafio da ubiquidade para a educação**. 2013. Disponível em < <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/desafios-da-ubiquidade-para-a-educacao> > Acesso em 15 de nov.2018.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do Pós-Humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura**. São Paulo. Editora Paulus, 2008.