



ISSN 2179-4529 – ANAIS DO 4º SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO

Ciberjornalismo e Mobilidade: Uma Proposta de Pesquisa Sobre os Aplicativos para Dispositivos Móveis dos Portais de Notícia

Elton Tamiozzo de Oliveira¹

Resumo: Em um curto período a internet mudou a maneira como as pessoas se comportam. No Brasil a internet vem crescendo ano após ano e os dispositivos de acesso à internet também tem apresentado modificações – de computadores de mesa a dispositivos móveis de acesso a internet. A maneira como as pessoas buscam informações vem acompanhando essas mudanças e, conseqüentemente, também mudando a maneira de produzir e distribuir conteúdo jornalístico. Dispositivos como tablet e smartphone já são realidade para muitos brasileiros e este trabalho é o início de uma pesquisa que busca analisar os aplicativos dos portais de notícias em relação à experiência da população usuária de dispositivos móveis com acesso à internet. Deste modo realizaremos uma coleta de dados sobre o assunto que fundamentará a pesquisa em questão.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Ciberjornalismo. Convergência tecnológica. Jornalismo e mobilidade. Aplicativos de portais de notícia;

¹ Graduado em Comunicação Social; Especialista em Gestão Estratégica de Marketing; Especialista em Gestão Educacional; docente na Universidade Católica Dom Bosco (UCDB); aluno especial do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: eltontamiozzo@msn.com



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





INTRODUÇÃO

Este trabalho é o início de uma pesquisa que busca analisar os aplicativos dos portais de notícias em relação à experiência da população usuária de dispositivos móveis com acesso à internet. O Brasil sediará grandes eventos esportivos nos próximos anos – Copa do Mundo de Futebol da FIFA e Olimpíadas –, junta-se a tendência do aumento de busca por notícias e a tendência de que grande parte desse acesso seja feito por meio de dispositivos móveis como motivador para realização da pesquisa.

A primeira parte da pesquisa é composta por uma revisão bibliográfica que busca fundamentar os conceitos importantes e inerentes ao estudo. Em um segundo momento serão definidos os critérios a serem analisados, escolhidos de acordo a fundamentação teórica.

Devido a grande quantidade de modelos, de diferentes fabricantes, com diferentes tamanhos, diferentes sistemas operacionais e diferentes versões de sistemas operacionais, tanto em *tablet* quanto em *smartphone*, a realização de um estudo que englobe todas as opções é inviável. Portanto, o terceiro momento consiste em fazer a seleção dos aplicativos e dos dispositivos a serem analisados, pois acredita-se que o próprio aprofundamento teórico indique caminhos para essa definição.

A escolha pelos aplicativos, ao invés das versões móveis dos web sites, deve-se a alguns fatores: o aplicativo utiliza melhor os recursos gráficos o que, em teoria, pode gerar uma experiência de interação melhor para o utilizador; o ícone instalado no dispositivo facilita o acesso – não é preciso buscar ou acessar os favoritos do navegador no celular; como a parte gráfica – ou grande parte dela - já está instalada no dispositivo móvel o tráfego gerado na conexão é menor acarretando em uma velocidade de acesso as informações maior.

No quarto momento acontecerá a pesquisa/coleta de dados, no quinto momento feita a tabulação, organização e análise dos dados obtidos e no sexto momento será feita a redação do documento com o resultado da pesquisa.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Internet e informação

Do surgimento da Arpanet², precursora da internet, em 1969, até os dias atuais, passaram-se apenas 44 anos. Se for considerado o ambiente gráfico e criação do Mosaic³, que tornou a utilização mais amigável e deu os primeiros impulsos para a popularização da rede mundial de computadores, foram apenas 20 anos.

Falar que nesse curto período de tempo a internet alterou o cotidiano e mudou a maneira como as pessoas, em todo o mundo, vivem, não é exagerar. A maneira como as pessoas se comunicam, como cuidam da saúde, como fazem compras, se relacionam afetivamente, etc., tudo foi impactado pelo advento e principalmente pela popularização da internet.

Quanto maior o número e quanto mais tempo as pessoas utilizarem a internet, mais transformações e mudanças acontecem. Apesar de grande parte da população ainda não ter acesso à internet, os dados da tabela 1 demonstram que o nº de internautas e o tempo de navegação aumentaram consideravelmente entre os anos de 2005 e 2011 no Brasil.

Tabela 1 - Internautas domiciliares ativos e horas navegadas - 2005 – 2011

	Jun 2005	Dez 2005	Jun 2006	Dez 2006	Jun 2007	Dez 2007	Jun 2008	Dez 2008	Jun 2009	Dez 2009	Jun 2010	Dez 2010	Jun 2011	Dez 2011
Internautas (em milhões)	11,5	12,2	13,4	14,4	18,0	21,4	23,7	24,5	25,6	28,5	30,5	34,8	36,8	38,2
Tempo (em horas)	16:54	17:59	20:33	21:38	22:26	22:59	24:54	22:50	27:48	29:56	30:02	31:53	31:34	33:07

² *Advanced Research Project Agency* (ARPA – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focada na pesquisa de informações para o serviço militar, criou a Arpanet, rede nacional de computadores, que servia para garantir comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados por outro país (FERRARI, 2004, p. 15)

³ Primeiro navegador gráfico, criado em 1993 (FERRARI, 2004)





Fonte: NetView - IBOPE//NetRatings⁴

De acordo com o CETIC⁵ - Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação - o Brasil teve em dezembro de 2012 aproximadamente 45 milhões de usuários ativos (pessoas com dois anos ou mais que navegaram na internet através de computadores em seu domicílio) que utilizaram a internet em média 33 horas e 52 minutos por mês. Se forem considerados os brasileiros que acessam a internet em outros locais além dos domicílios, como trabalho, escolas ou outros, esse número chega a quase 93 milhões⁶. Para entender melhor essas modificações na vida das pessoas é preciso saber também um pouco sobre as transformações, pode-se dizer evoluções, pelas quais a internet tem passado. Para O'Reilly (2005) a chamada web 1.0, ou primeira geração da internet, era apenas publicação: o conteúdo era disponibilizado e as pessoas liam, ouviam ou assistiam. Exemplos são as enciclopédias on-line e os *web sites* com informações institucionais das empresas. Em seguida o autor utilizou o termo web 2.0, que seria uma evolução, onde não existe apenas a publicação, mas também colaboração, participação das pessoas, distribuição do conteúdo – é a internet participativa e colaborativa. Como exemplo dessa segunda geração estão sites como Wikipédia, os Blogs e as redes sociais na internet - como Facebook e Twitter.

Na web 2.0 a colaboração e o compartilhamento de conteúdos tornam-se tão fortes que começam a concorrer com meios tradicionais na geração de conteúdo e fonte de informação. É comum hoje, por exemplo, receber uma informação por meio de uma rede social e verificar a veracidade ou buscar mais informações em portais de notícia, bem como consultar sobre um produto ou serviço antes de realizar uma compra.

Um exemplo que ilustra a colaboração e o compartilhamento de conteúdo na web 2.0 pôde ser observado recentemente com o compartilhamento de conteúdo nos protestos ocorridos

⁴ Disponível em <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/tab02-01-cons.htm>. Acesso em jan. 2013

⁵ Informação disponível em <http://www.cetic.br/usuarios/ibope/index.htm>. Acesso em jan. 2013

⁶ <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/942-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-a-internet-no-Brasil.aspx>. Acesso em jan. 2013



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





no Brasil no mês de junho de 2012, ilustrados na figura 1. A figura também apresenta números importantes para o estudo, como o fato de que 44% dos brasileiros compartilham notícias em redes sociais - aumentando o alcance da notícia e demonstrando o poder de publicização do meio, e que grande parte da população ainda busca informações em sites de jornais e portais de notícia, indicando a credibilidade do jornalismo feito no país.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com

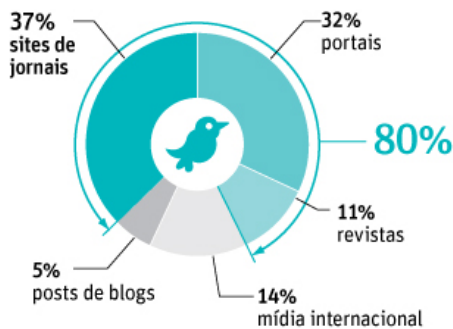




Figura 1 – Conteúdo mais compartilhado veio do jornalismo profissional

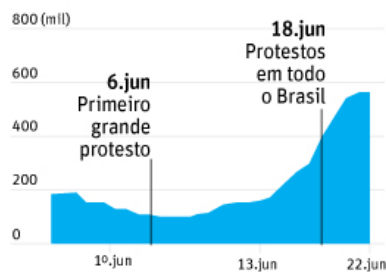
CONTEÚDO MAIS COMPARTILHADO DURANTE OS PROTESTOS VEIO DO JORNALISMO PROFISSIONAL

No Twitter
80% dos links mais compartilhados* nos protestos eram de meios de comunicação brasileiros



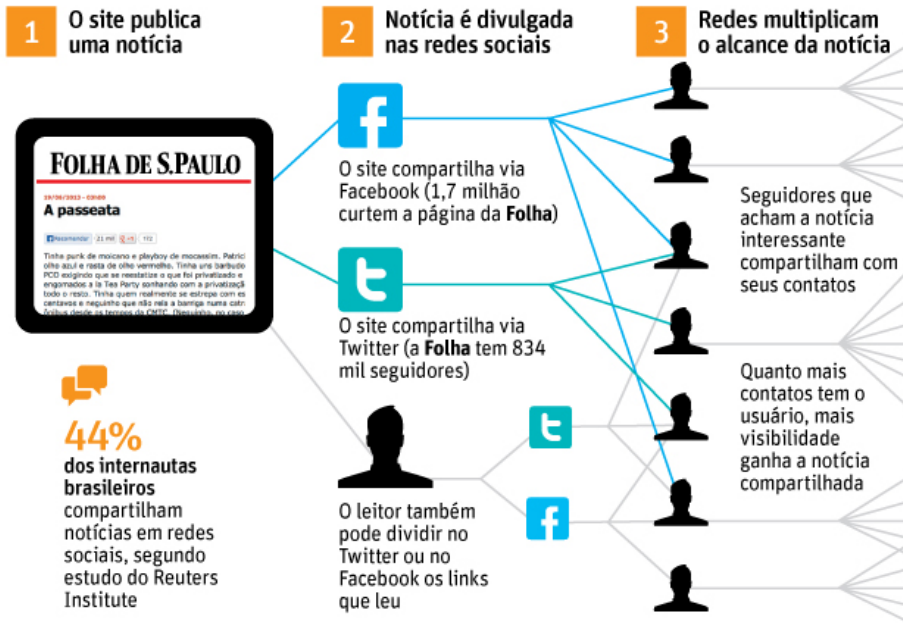
No Facebook
A média de interações (“falando sobre”) com as páginas dos principais jornais, revistas e TVs do Brasil triplicou conforme cresciam os protestos

Tripliquam interações com a página da Folha



COMO AS NOTÍCIAS SE MULTIPLICAM NAS REDES

Textos indicados pelos leitores durante protestos ampliaram audiência da imprensa



*Dos 600 links mais populares nas principais hashtags do protesto entre 6 e 26 de junho

Fonte: topsy.com e SocialBakers

Fonte: SOARES, Marcelo; SÁ, Nelson de, 2013.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





O jornalismo trabalha com informação, e a quantidade de informação que circula atualmente no mundo é muito grande. Uma pesquisa⁷ apontou que a humanidade é capaz de armazenar 295 exabytes (295. 000.000.000.000.000 bytes⁸) de informação, o que significa, em outras palavras, que se cada estrela representasse um bit de informação, haveria uma galáxia de informações para cada pessoa no mundo. Outro estudo⁹ indicou que 639.800 gigabytes (639.800.000.000.000 bytes) de dados são transferidos na internet por minutos. O estudo mostra que para compor essa quantidade de dados 47.000 downloads de aplicativos são feitos, 204 milhões de e-mails são enviados, mais de 2 milhões de buscas são feitas no Google e 1,3 milhões de vídeos são assistidos, entre outras ações como ouvir música, navegar em redes sociais, etc.

A terceira geração da internet, ou web 3.0 (a origem do termo é de 2006 e é atribuída a John Markoff, jornalista do New York Times), é a proposição de uma internet mais “inteligente”, que utiliza toda essa informação e conhecimentos armazenados e disponíveis de maneira mais produtiva. Nas palavras de Torres (2009, p. 350):

O que se pretende dizer com o termo Web 3.0 é que caminhamos para uma organização e o uso, de maneira inteligente e eficiente, de todo o conhecimento já disponível na internet. Isso se daria pelo uso da semântica, em vez de palavras-chave, dando mais precisão e agilidade à busca de conteúdo. O usuário poderia fazer perguntas em suas ferramentas de busca, e esta seria capaz de ajudá-lo de forma mais eficiente, entendendo a sua real necessidade, pela análise semântica da pergunta e de seu contexto.

⁷ How Much Information Is There in the World? Disponível em <<http://news.usc.edu/#!/article/29360/How-Much-Information-Is-There-in-the-World>>. Tradução do autor. Acesso em jul. 2013

⁸ Um byte corresponde a oito bits, que é a menor unidade de informação na linguagem entendida pelos computadores. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/3/20/informatica/8.html>>

⁹ What happens in an Internet Minute? Intel has the answer. Disponível em http://www.huffingtonpost.com/2013/03/19/intel-internet-minute_n_2907519.html. Tradução do autor.





Pena (2006, p. 23) afirma que “[...] a natureza do jornalismo está no medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer, e assim, acreditar que pode administrar a vida de forma mais estável e coerente”, e Kovack (2004, p. 31) afirma que o jornalismo tem como “principal finalidade fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”.

Como a maneira da população obter informações sobre os mais variados assuntos mudou – e, como visto, a quantidade de informações disponíveis mudou - a maneira como se faz jornalismo também está mudando.

Ciberjornalismo e dispositivos móveis de acesso a internet

Exemplificando uma pequena parte da mudança no fazer jornalístico citada anteriormente, basta se questionar se alguns dos conceitos existentes no jornal impresso e até mesmo do televisivo ainda são importantes na internet. A teoria da pirâmide invertida, por exemplo, que tem origem nas transmissões de mensagem por telégrafos e que ainda é muito usada para os editores fazerem adequações nas matérias por conta de espaço físico, pode ser questionado no jornalismo on-line, já que a leitura não é linear, como afirma Pinho (2003, p. 186)

No jornal impresso, no rádio e na TV, as notícias e as reportagens (e mesmo todo o conteúdo neles apresentado) têm começo, meio e fim. Essa é a sequência formal de uma construção linear: a história é escrita ou gravada para ser consumida exatamente nessa ordem. Na World Wide Web a informação é não linear, permitindo que o internauta navegue pela estrutura do hipertexto sem uma sequência predeterminada, saltando de um ponto para outro, de uma página para outra, de um site para outro.

Em relação aos termos (jornalismo on-line, jornalismo digital, webjornalismo ou ciberjornalismo), ainda existe confusão conceitual e discussão acadêmica (Pena, 2006, p. 23; Palacios, 2003, p.2) e, portanto, neste documento os termos serão utilizados de maneira indistinta para designar o jornalismo produzido para a internet.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Embora seja comum, ainda, talvez por conta de ter nascido atrelado aos conceitos de jornalismo impresso, a notícia na internet em muitos casos é apenas a cópia do conteúdo do impresso, mas o jornalismo digital tem características específicas apontadas por Palacios (2003): Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização, Memória, Instantaneidade.

Resumidamente, a convergência pode ser entendida, no jornalismo digital, como a utilização das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico; a interatividade pode acontecer de duas formas: fazendo o leitor sentir-se parte do processo – enviando comentários, por exemplo, e com esse leitor escolhendo a maneira que verá o fato – fotos e os vídeos primeiro e depois lerá o texto, ou ao contrário; a hipertextualidade é a possibilidade da conexão de outros textos/vídeos/animações/fotos/gráficos complementares por meio de links; a personalização é oferecer ao leitor a possibilidade de escolha, de configuração dos seus interesses – em alguns casos, até da aparência do web site; a memória, ou seja, as informações armazenadas de tudo o que já foi produzido e comentado deve estar a disposição do leitor e cresce exponencialmente, e a instantaneidade é a atualização de maneira contínua e ágil dos assuntos jornalísticos de maior interesse da população.

O Brasil é o segundo país em acesso a notícias on-line (FUSCO, 2011) - o Brasil sediará grandes eventos esportivos nos próximos anos e o acesso às notícias tende a aumentar nesses períodos – e quando se fala em jornalismo on-line é importante lembrar não apenas do computador de mesa como equipamento para acesso à internet, mas de outros dispositivos que, por conta do avanço tecnológico, estão cada vez menores e em decorrência da diminuição no custo de produção estão cada vez mais acessíveis à população, como o computador portátil (*notebook, netbook, ultrabook*), o *tablet* e o *smartphone*.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Os dois últimos têm chamado a atenção dos profissionais de comunicação por conta do crescimento no Brasil. Pesquisa¹⁰ indica que os brasileiros estão entre os que mais acessam a internet por meio de dispositivos móveis e que aproximadamente 80% dos que não possuem pretendem adquirir um *smartphone* em um futuro próximo. Pode parecer simples, mas a utilização de um novo dispositivo para acesso à internet modifica os hábitos das pessoas, inclusive o modo como obtém informações e, conseqüentemente, o jornalismo deve se adequar a esta nova realidade. Nesta seara, Barboza (2012, p. 160) afirma que:

No mercado de convergência tecnológica, há constantemente mudanças e novas necessidades de políticas, difusões, inovações e demandas, a ponto de quase sempre modificar e moldar o comportamento do consumidor diante as novas inserções mercadológicas.

O *tablet* e o *smartphone* permitiram uma grande mudança, que é a conexão à rede mundial de computadores de qualquer lugar – desde que exista sinal de celular – e a convergência, em seu sentido mais amplo e defendido por Jenkins (2009, p. 377) como “uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente” é utilizada de maneira quase completa nestes dispositivos. Ainda, de acordo com Lemos (2012, p. 185) “usar um *tablet*, o *twitter*, o *foursquare*, os mapas e o GPS embutidos em *smarthpone* revelam, irredutivelmente, as dimensões locais, sociais e lúdicas da cultura da convergência digital”.

Quando o presente trabalho busca relacionar o jornalismo digital e os dispositivos móveis de acesso a internet é preciso prestar atenção em alguns aspectos, entre eles os sistemas de publicação e a interface com o usuário.

Os sistemas de publicação merecem atenção pois, além terem papel importante na efetiva utilização das características do jornalismo digital supracitadas apontadas por Palacios, é preciso a utilização de “sistemas automatizados que estruturam e sistematizam as rotinas produtivas, sendo que tais tecnologias sempre são vinculadas a bancos de dados”

¹⁰ Disponível em <http://idgnow.uol.com.br/mobilidade/2012/10/10/brasil- lideram-acesso-a-web-por-dispositivos-moveis-diz-pesquisa/>. Acesso em jan. 2013





(MACHADO, 2004, FIDALGO, 2003, BARBOSA, 2004 *apud* SCHWINGEL, 2004, p. 2), pois é improdutivo e, na maioria dos casos, impossível, gerenciar um portal de notícias sem sistema de publicação. Um dos objetivos desse sistema é, então, gerenciar - de maneira produtiva - a enorme quantidade de dados disponíveis para “apuração, composição, edição, publicação e veiculação dos conteúdos” (MACHADO, 2003; PALACIOS, 2002 *apud* SCHWINGEL, 2004, p. 2).

A apresentação visual é citada por Cunha (2011, p. 50) quando ele afirma que “a grande questão trazida pelos novos dispositivos móveis está em como apresentar da melhor maneira possível o conteúdo de forma a respeitar a melhor usabilidade para o usuário que acessa a informação”, e quando se fala de apresentação visual e interface em dispositivos móveis deve-se esquecer a tradicional interação teclado/mouse, comuns em *desktop* e *notebook*, e pensar em interação gestual – toques, movimentos de olhos e cabeça, entre outros. Saffer (2009 *apud* Agner, 2012) indica algumas características para um bom design de interação gestual: a) detectabilidade - que pode ser entendida como pistas presentes no objeto que, pela percepção imediata, indicam as possibilidades de ação; b) transmitir segurança; c) fornecer resposta instantânea ao usuário; d) estar adequada ao contexto; e) ter significado específico para as necessidades do usuário; f) realizar de maneira eficientemente o trabalho; g) ser capaz de predizer as necessidades do usuário; h) gerar engajamento do usuário; i) ser prazerosa aos sentidos; j) não solicitar gestos que façam as pessoas parecerem bobas ou que só possam ser executados por jovens ou usuários saudáveis.

Considerações finais

Apesar de, se situada no contexto histórico mundial, a internet ter surgido há pouco tempo, a mudança causada na vida cotidiana das pessoas foi muito grande. O número de usuários de internet tem apresentado crescimento constante no Brasil e, quanto mais pessoas utilizam, maior é a mudança social que acontece, alterando a maneira da população se



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





comunicar, comprar, cuidar da saúde, se relacionar afetivamente, exercer cidadania, entre outros.

Desde seu surgimento a internet também passou por modificações, deixando de ser uma internet expositiva para ser uma internet colaborativa, fato que mudou também a maneira como as pessoas obtêm informação e a maneira como se faz jornalismo, pois o leitor agora exerce também o papel de distribuidor de conteúdo - que passou a ser não linear, convergente, interativo, instantâneo e personalizado.

Outra grande mudança que está acontecendo é em relação aos dispositivos pelos quais acontece o acesso à internet e, conseqüentemente, às notícias; crescem os acessos realizados por dispositivos móveis, como *tablet* e *smartphone*, em detrimento dos realizados por *desktop* e *notebook*.

As mudanças citadas afetam a maneira de produzir e distribuir conteúdo jornalístico, reforçam a atenção às características do jornalismo digital e fazem com que fatores como sistemas de publicação, a apresentação visual deste conteúdo para a população e um bom design de interação ganhem cada vez mais importância no fazer jornalístico.

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz, et al. **Avaliação de usabilidade do jornalismo para tablets**: interações por gestos em um aplicativo de notícias. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza, CE. Disponível em < <http://www.agner.com.br/wp-content/uploads/2012/09/AGNER-Intercom-12-R7-2625-1.pdf>>. Acesso em jun. 2013

BARBOZA, Marina Nascimento Lemos; ARRUDA FILHO, Emílio J.Montero. **O comportamento do consumidor tecnológico diante dos valores ecologicamente corretos**: ideologia verde versus responsabilidade social. Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 35, n. 1, Junho 2012 . Disponível em:
Disponível em:



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





<<http://200.144.189.84/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1103>>. Acesso em mai. 2013

CUNHA, R. E. S. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets.** 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). - Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FUSCO, Camila. **Brasil é o segundo país em acesso a notícias on-line, diz consultoria.** Folha de São Paulo, Mercado, 2011. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1010876-brasil-e-o-segundo-pais-em-acesso-a-noticias-on-line-diz-consultoria.shtml>>. Acesso em fev. 2013

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo – o que os jornalistas devem saber o publico exigir.** 2ª ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LE MOS, André; PASTOR, Leonardo; OLIVEIRA, Nelson. **Wi-Fi Salvador: mapeamento colaborativo e redes sem fio no Brasil.** Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 35, n. 1, Junho 2012 . Disponível em <<http://200.144.189.84/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1104>>. Acesso em mar. 2013

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** 2005. Disponível em <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em mai. 2013

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória.** In: Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra,



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





2003. Também disponível em http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf. Acesso em jun. 2013

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

SCHWINGEL, Carla. **Jornalismo convergente através de plataformas de altíssima resolução: o Projeto 2014K**. 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2012. Disponível em <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/view/1669/242>. Acesso em jan. 2013

SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de publicação no Jornalismo Digital: o caso do portal regional experimental Educação em Pauta**. 2005. Disponível em [http://www.fnpij.org.br/dados/grupos/sistemas-de-publicacao-no-jornalismo-digital-o-caso-do-portal-regional-experimental-educacao-em-pauta\[85\].pdf](http://www.fnpij.org.br/dados/grupos/sistemas-de-publicacao-no-jornalismo-digital-o-caso-do-portal-regional-experimental-educacao-em-pauta[85].pdf). Acesso em jan. 2013

SOARES, Marcelo; SÁ, Nelson de. **Jornalismo domina rede social durante protestos pelo país**. Folha de São Paulo. Seção Política. 04/07/2013. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1305911-jornalismo-domina-rede-social-durante-protestos-pelo-pais.shtml>. Acesso em jul. 2013

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital** – Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
 Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
 CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





__ **83,4 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil.** Revista Época. Internet. Disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Brasil/noticia/2012/08/834-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-internet-no-brasil.html>>. Acesso em jan. 2013

__ **How Much Information Is There in the World?** University of Southern Califorme - USC News. Disponível em < <http://news.usc.edu/#!/article/29360/How-Much-Information-Is-There-in-the-World>>. Acesso em jul. 2013

__ **What happens in an Internet Minute?** Intel has the answer. The Huffington Post. Disponível em http://www.huffingtonpost.com/2013/03/19/intel-internet-minute_n_2907519.html



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com

