

A inserção do aplicativo *WhatsApp* nas práticas do jornalismo móvel em Mato Grosso do Sul¹

Inara Souza da Silva²
Karina Silva Torres de Oliveira³

Resumo: A apropriação dos *smartphones* pela sociedade tem afetado diretamente o modo de fazer jornalismo em todo o mundo. Autores, como Silva e Barbosa, apontam os impactos significativos da tecnologia móvel na rotina produtiva dos profissionais, que aderiram às conexões sem fio e às tecnologias móveis, promovendo a reconfiguração das práticas jornalísticas. As mudanças referem-se ao uso dos telefones celulares não só como plataformas de consumo de conteúdos (áudio, imagem, texto), mas também como centrais de produção. Por isto, este estudo tem o objetivo de verificar como o uso de celulares e do aplicativo *WhatsApp* estão inseridos no dia a dia dos profissionais do jornalismo de Mato Grosso do Sul. Para tanto, foi elaborado um questionário, com 24 perguntas, sendo 23 fechadas, que foi distribuído por e-mail e perfis pessoais e grupos de jornalistas em redes sociais. As questões buscaram registrar a percepção dos jornalistas em relação ao uso dessas tecnologias digitais, às mudanças na profissão e à importância que eles atribuem a estes suportes.

Palavras-chave: Jornalismo Móvel. Tecnologia. WhatsApp. Mato Grosso do Sul.

¹ Artigo enviado na modalidade Jornalismo e mídias móveis

² Graduada em Jornalismo; Mestre em Ciência da Informação e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo: Relação da tecnologia e o fator humano no dia a dia da profissão (PIBIC/UCDB), Contato: inarasilva@gmail.com.

³ Graduanda em Jornalismo e acadêmica da iniciação científica do Grupo de Pesquisa em Jornalismo: Relação da tecnologia e o fator humano no dia a dia da profissão (PIBIC/UCDB). Contato: kahtorres@live.com

INTRODUÇÃO

Telefones celulares, gravadores de áudio, câmeras filmadoras, máquinas fotográficas, microfones. Todos estes são equipamentos conhecidos e necessários para a prática jornalística e que, no século XXI, foram convergidos para um único instrumento no formato de *smartphones*. O dispositivo móvel aliado às tecnologias digitais e redes sem fio proporcionaram mobilidade, dinamismo e facilitaram o trabalho de captação, produção e distribuição da notícia. Com os telefones inteligentes, o profissional precisa de menos equipamentos e pode realizar as diversas etapas da produção noticiosa em um único suporte.

Por oferecer tantas vantagens, estes aparelhos têm sido cada vez mais adotados pelas organizações jornalísticas e por produtores de conteúdos, como também pelo público (BARBOSA; SEIXAS, 2013). Por isso, Barbosa considera que as mídias móveis, como os *smartphones*, têm influência direta na reconfiguração da produção, publicação, distribuição, circulação, consumo e “recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas” (BARBOSA, 2013, p.42).

O jornalismo móvel surgiu em meados dos anos de 1990, mas se consolidou com estes dispositivos móveis, a partir dos anos 2000. As mídias móveis impulsionam também um novo ciclo de inovação, com a criação de aplicativos (*apps*) específicos para *tablets* e *smartphones* (BARBOSA, 2013, p.42). A popularização do uso dos telefones inteligentes e de seus aplicativos de redes sociais é alvo de interesse deste estudo, pois os meios de comunicação, como prática de apropriação social, passaram também a se fazer presentes nestas redes e a utilizá-las como espaço de apuração noticiosa.

Desta forma, a rotina jornalística inclui tanto o universo off-line quanto no on-line, com as redes estabelecidas em lugares virtuais como *Facebook* ou *WhatsApp*. Por isso, a proposta do presente artigo foi verificar como o uso de celulares inteligentes e do aplicativo *WhatsApp* estão inseridos no dia a dia de trabalho dos profissionais do jornalismo de Mato Grosso do Sul, sejam eles atuantes em veículos ou em assessorias de imprensa. Por meio de um questionário, com 24 perguntas, foi possível conhecer a percepção dos jornalistas em relação ao uso dessas

tecnologias digitais, às mudanças na profissão e à importância que eles atribuem a estes suportes.

JORNALISMO MÓVEL

O telefone celular é considerado a ferramenta central para a mobilidade no jornalismo do século XXI (SILVA, 2013). O dispositivo apresenta penetrabilidade crescente na sociedade e tem sido adotado também por empresas – como as organizações jornalísticas, pelo público consumidor de informação e de entretenimento e também para a construção das relações sociais. A expansão tem sido tão intensa que os aparelhos já fazem parte da paisagem urbana (BARBOSA; SEIXAS, 2013).

Uma prova é o número de linhas habilitadas no Brasil, um país de 206 milhões de habitantes, onde existiam, segundo a Anatel, 243,42 milhões de linhas de celulares, em janeiro de 2017 – ou seja, a incidência de celulares é maior que o total de brasileiros. O dispositivo tem sido o principal meio de acesso à internet, sendo que, em 2015, 92,1% dos domicílios do país acessaram a internet pelo celular, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad/IBGE, 2015)⁴.

É com a configuração atual, a de um dispositivo móvel, multimídia e multifunções que o celular é considerado por Aguado (2008) como a quarta tela, depois do cinema, da televisão e do Pc. Nos aparelhos celulares com acesso *always on* (sempre conectados) é possível ler jornais, assistir programas de televisão, ouvir rádio, jogar videogames, baixar músicas e filmes, gravar e editar seus próprios conteúdos, enviar pela internet para amigos ou para as redes sociais. (MIELNICZUK, 2013, p.115)

Neste contexto de uso extensivo destes dispositivos e sua apropriação pela população, torna-se inevitável seu uso pelos produtores de conteúdo, como os jornalistas. Afinal, o aparelho pode ser levado no bolso e ser utilizado a qualquer momento para fazer uma filmagem de um flagrante que pode ser de interesse público, portanto, tornar-se um fato noticioso. E é neste cenário que o jornalismo vai se aliar às tecnologias digitais móveis.

⁴ Disponível no site do IBGE: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000028392412172016242322368570.pdf>.

Originado em meados dos anos de 1990, o jornalismo móvel surgiu como resultado de três fatores: a expansão da internet, das telecomunicações e da microeletrônica. Seu desenvolvimento prossegue nos anos seguintes e, a partir de 2000, se intensifica com o uso dos celulares (SILVA, 2013). No entanto, a mobilidade como sinônimo de portabilidade não é algo novo para o jornalismo. Como ressalta Silva (2011), o que houve, na atualidade, foi uma reconfiguração da mobilidade aliada às tecnologias móveis e digitais, como os *smartphones*, resultando na combinação entre digitalização, mobilidade e jornalismo.

Historicamente, a profissão sempre se beneficiou de tecnologias móveis, como a impressão e o papel, que permitiram a reprodução de livros e jornais – suportes portáteis, leves e fáceis de serem transportados para qualquer lugar. Em função destas tecnologias anteriores, Urry (2010, Apud SOBRINHO NETO, 2016) adverte que a mobilidade já existia com a portabilidade, mas sem a possibilidade de ubiquidade. E é esta junção entre *hardware* e *software* de computadores portáteis que oferece a possibilidade de fazer com que qualquer pessoa possa ter acesso a uma rede de comunicação interativa em tempo real, ou seja, todos podem acessar conteúdos diversos, como também produzir e distribuir informações que podem ser compartilhadas em escala planetária (PAVLIK, 2014, Apud LINS, 2016).

Para Aguado e Martinez (2008, Apud SOBRINHO NETO, 2016) as tecnologias móveis são consideradas “meta-dispositivos”, pois reúnem diversas funções em uma única ferramenta. A penetrabilidade da tecnologia é tamanha que ela se torna invisível dentro do aparelho (SILVA, 2013). Neste contexto digital, para ser considerado móvel, o dispositivo deve oferecer três características: a ubiquidade, a adaptabilidade e a multifuncionalidade.

Por ubiquidade, entende-se a onipresença, facilitada pelas redes *wireless* e pelas tecnologias de alta velocidade, como o 4G (AGUADO e MARTINEZ, 2008, Apud SOBRINHO NETO, 2016). Quanto a característica de “Adaptabilidade indica a geração de conteúdos de acordo com o perfil do usuário e suas necessidades. Já a multifuncionalidade é a integração de artifícios e formatos de meios diferentes num só dispositivo”. (SATUF, 2015, Apud SOBRINHO NETO, 2016, p.23). Silva (2014)

destaca que a portabilidade do *smartphone* oferece os requisitos necessários para facilitar o trabalho jornalístico de forma remota. Afinal, com a possibilidade de mobilidade e ubiquidade, o profissional, mesmo sem sair da sede do jornal, tem condições de fazer coberturas e ter acesso ao máximo possível de informação.

Segundo Silva (2011, p. 5) o jornalismo móvel pode ser definido como “o uso de tecnologias móveis e conexões sem fio para o processo de apuração, edição e/ou transmissão de conteúdos do local do acontecimento”. Na mesma linha de pensamento, Quinn (2010 apud SOBRINHO NETO, 2016, p.25) define o jornalismo móvel como “a apropriação do celular como ferramenta central para coleta e disseminação da notícia, que pode ser composta de texto, áudio, fotos ou vídeo ou todos juntos”.

Depois da introdução dos dispositivos móveis, a rotina dos jornalistas mudou muito. Antes a atividade era feita com o uso de vários objetos, como câmera fotográfica, computador, filmadora e gravador. Com as tecnologias móveis digitais, todo o trabalho pode ser feito por meio dos *smartphones* e seus aplicativos. Desta forma, a rotina produtiva ficou mais dinâmica e veloz, o que vem somar às características ideais para um noticiário instantâneo e convergente (SOBRINHO NETO, 2016).

O autor elenca as principais mudanças que caracterizam esse jornalismo móvel: a mobilidade – oferecida pelos aplicativos de comunicação (*WhatsApp* e *Messenger*) que facilitam a comunicação entre jornalista-empresa, jornalista-entrevistados, jornalistas-fontes; a ubiquidade – que favorece a produção de notícias de qualquer lugar e a qualquer momento; a instantaneidade – facilidade de usar os aplicativos para enviar textos, áudios e imagens sem a necessidade de deslocamento; e o tempo real com a realização de realizar transmissões ao vivo, sem precisar de muitos aparatos tecnológicos.

REDES SOCIAIS E WHATSAPP

Toda essa dinâmica de troca de informações instantâneas só é possível por conta das redes sociais digitais, que contribuíram para remodelar o processo de

apuração e produção do noticiário (SILVA, 2014). As redes – mediadas por computadores (ou *smartphones*) – são formadas a partir da união de dois elementos: os atores e as suas conexões. Os atores podem ser pessoas, instituições ou grupos que se conectam por meio de interações e laços sociais. (RECUERO, 2009).

De acordo com o levantamento feito pelo portal de estatísticas Statist⁵, a rede social mais acessada no mundo, em 2017, é o *Facebook*, com 2 bilhões de usuários ativos por mês. Em segundo lugar vem o *WhatsApp* (1,3 bilhão) e, em terceiro está o *Messenger* (1,2 bilhão). No Brasil, o *Facebook* é a maior rede em número de usuários e o *WhatsApp*, conforme Lins (2016) tornou-se “uma febre”. A autora lembra que essas redes também estão disponíveis em formato de aplicativos nos *smartphones*, ou seja, em formato de *softwares* criados para serem utilizados nos dispositivos móveis. Como alternativa ao navegador dos computadores, por meio do celular, a experiência do usuário torna-se mais pessoal e dinâmica.

Para a mídia, o que ocorre é a interação entre o poder do produtor e o poder do consumidor, ou seja, uma cultura participativa onde produtores e consumidores de mídia deixam de ocupar papéis separados e tornam-se participantes e interagentes. Segundo Jenkins (2011), neste cenário a convergência é mais que uma mudança tecnológica, pois os novos consumidores são ativos, migratórios e estão mais conectados socialmente. “Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos” (JENKINS, 2011, p. 47).

Diante desta realidade, as empresas de mídia têm reformulado seus produtos e suas formas de interação. É neste sentido que Silva (2014, p.35) diz que ocorre a descentralização da redação do jornal para o local do fato, havendo assim uma conexão direta entre “hardware e software dos computadores portáteis conectados com aplicativos e acessórios, com uso voltado para a especificidade da prática jornalística”.

⁵ Informações disponíveis no site: <http://www.techtudo.com.br/noticias/2017/07/facebook-domina-ranking-de-redes-sociais-mais-usadas-no-mundo.ghtml>

FOCO NA IMPRENSA REGIONAL

A fim de verificar como o uso dos *smartphones* e da rede social *WhatsApp* estão inseridos no dia a dia de trabalho dos profissionais do jornalismo de Mato Grosso do Sul é que o presente estudo foi desenvolvido. O mercado de jornalismo estadual conta com aproximadamente 800 jornalistas, conforme dados do Sindicato de Jornalistas de Mato Grosso do Sul. De acordo com o levantamento do Projeto de Pesquisa Portal de Mídia da UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul), o Estado dispõe de 77 jornais impressos, sendo que 17 deles estão localizados em Campo Grande, Capital do Estado. O levantamento catalogou ainda 133 emissoras de rádio, 11 emissoras de TV e 355 *sites* jornalísticos.

Como instrumento de coleta de dados foi escolhido um questionário, que foi elaborado tendo como referência os estudos desenvolvidos pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (Eca-USP), com base em duas pesquisas: a dissertação de mestrado “Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos”, de autoria de Claudia do Carmo Nonato Lima (LIMA, 2010); e o relatório final da pesquisa “O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo. Um estudo das mudanças do mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo, coordenado pela professora doutora Roseli Fígaro (FIGARO, 2012).

A partir daí, foram elaboradas 23 perguntas fechadas, com múltipla escolha, e uma questão aberta. A ferramenta foi criada no sistema de formulários do Google Docs e ficou aberta de 18 a 25 de agosto de 2017. As perguntas foram divididas em três partes: definição do perfil dos questionados (idade, sexo, tempo de formado, função), a percepção que eles têm das tecnologias e mudanças na rotina de trabalho, e, por fim, a finalidade e uso das redes sociais e do *WhatsApp*. Ao todo 127 pessoas responderam às questões que foram disponibilizadas em grupos de jornalistas na internet, páginas de redes sociais e por e-mail.

JORNALISTAS E AS REDES SOCIAIS

Dos 127 profissionais que responderam ao questionário, 63% são mulheres e 37% são homens, em sua maioria eles têm entre 20 a 30 anos (44,1%) e com de 5 a 10 anos de formação em jornalismo. A segunda faixa etária mais representativa foi entre 31 a 40 anos (35,4%) e de 11 a 15 anos de formação (17,3%). Em relação ao nível de escolaridade 90,6% são formados e destes, 31,5% têm especialização e 7,9% fizeram o mestrado.

A área de atuação com maior representatividade nas respostas foi a Assessoria de Imprensa, que do total de 127, é o setor de atuação de 48 dos jornalistas, representando 37,8%, seguidos por Internet, com 24,4%; TV, com 28% e Jornal, 7,9%. As demais áreas – como Revista, Rádio, Mídias Digitais, Fotografia, entre outros – representaram, cada uma, 08% das respostas. A carga horária de trabalho, em geral, varia entre 8 horas (37,8%) e 6 horas (30,7%), as demais variações obtiveram, cada, entre 4,7% à 0,8% do total.

Sobre a carreira, 99,2% acreditam que o jornalismo tenha mudado ao longo dos anos e, desses, 74% acreditam que essa mudança se deva à introdução das novas tecnologias na produção de conteúdo, seguida da redução do quadro de funcionários (11,8%). O maior impacto que essas mudanças tiveram na rotina produtiva desses profissionais foi o aumento do ritmo de trabalho (39,4%) e o consequente aumento de produtividade (20,5%), mas o aumento de estresse dos profissionais também aparece com um percentual expressivo, 14,2%.

A tecnologia sempre foi elemento fundamental para a profissão de jornalista e 81,1% dos jornalistas respondentes acreditam que o uso do celular é de “suma importância” em sua rotina produtiva e 18,1% disseram que é “importante”, tendo, de 127, apenas uma pessoa que acredita que seja “pouco importante”. Já com relação à internet, 92,9% acreditam que seja de extrema importância, e 7,1% que seja apenas importante, não havendo respostas que indiquem o contrário.

Segundo os profissionais em questão, as sugestões de pauta chegam com maior frequência às redações por meio do aplicativo *WhatsApp*, o que representa

43,3% de todos os outros meios utilizados para esse fim. Em segundo lugar vem as outras redes sociais (21,3%) e em terceiro está o e-mail, com 18,1%, seguido por aplicativo próprio da empresa (5,5%) e o telefone (1,6%).

O *WhatsApp* tornou-se tão importante nas rotinas jornalística que 77,2% dos questionados afirmam que as empresas nas quais atuam têm um celular com o aplicativo para mediar as informações encaminhadas, o que geralmente é administrado por um jornalista (61,4%) ou por estagiários (15%). Além disso, 95,3% deles utilizam o celular pessoal para o trabalho, participando, em média, de 1 a 3 grupos de assessoria de imprensa na rede.

Do total de profissionais, 95,3% utilizam as redes sociais como fontes de informação, e destes, 66,1% encontram pautas diariamente nesses meios. Apenas 14,2% do total acreditam que precisam de atualização para aproveitarem melhor as possibilidades de essas redes oferecem à profissão.

Em relação ao impacto que o uso dessas redes, profissionalmente, acarretam na rotina jornalística, 52% acreditam que as redes trazem maior variedade de informações para pauta, mas os resultados nem sempre são positivos: 30,7% dos jornalistas acreditam a modalidade trouxe consigo maior volume de informações suspeitas ou falsas e 15,7% consideram que elas provocaram aumento na carga de trabalho.

Na questão 24, os jornalistas foram convidados a compartilhar uma experiência significativa em que o uso do *WhatsApp* fez diferença na rotina de trabalho. Os jornalistas que atuam em assessoria de imprensa explicaram que fazem uso da ferramenta para distribuir pautas para as redações e também para agilizar o atendimento aos clientes. Os profissionais da imprensa fizeram relatos do quanto a ferramenta confere dinamismo e praticidade à rotina: para sugestões de pauta, repasse de áudios e imagens, contato com fontes e assessorias, contato com correspondentes em outros municípios e recebimento de material.

No entanto, este fluxo de informações também traz preocupações para os jornalistas, como em relação à credibilidade das informações e ao aumento das

responsabilidades e carga de trabalho. Um dos questionados, repórter de TV, relatou que não dispõe de cinegrafista e adaptou microfone ao *smartphone* pessoal e vai para a reportagem sozinho. Da rua, encaminha o conteúdo, via *WhatsApp*, para a redação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste levantamento, foi possível constatar que a rotina produtiva dos jornalistas de Mato Grosso do Sul tem sido diretamente atingida pelo uso da internet sem fio, das redes sociais, aplicativos e dispositivos móveis. Os dados demonstram que o *WhatsApp* tornou-se ferramenta fundamental para a rotina dos profissionais da imprensa estadual.

Ao apresentarem fatos considerados significativos com o uso da ferramenta, os respondentes disseram que ela facilitou e deu agilidade para a comunicação entre as equipes. No caso dos jornalistas da imprensa, a ferramenta garante dinamismo como no envio de imagem ou áudio, principalmente, quando o repórter está longe da empresa. Esta característica garante ainda cobertura de fatos onde a equipe não conseguiu chegar, pois colaboradores enviam espontaneamente dados de interesse jornalístico.

Entre os assessores de imprensa a ferramenta também é muito utilizada. Os respondentes informaram que muitos assessorados, que são ocupados, preferem responder às demandas por envio de áudios, o que garante a informação e também o registro dos dados. O suporte favorece ainda o contato direto com os jornalistas dos veículos, uma vez que a maioria deles utiliza também o celular pessoal para receber informações via *WhatsApp*.

Conforme apontado pelos autores consultados e confirmado pelos respondentes do questionário, as redes sociais tornaram-se espaços para buscas frequentes de informações de interesse jornalístico. Tanto que, no dia a dia das redações as informações e sugestões de pauta chegam, em sua maioria, utilizando-se desta estrutura.

O fato tem impactado a rotina dos profissionais da imprensa com maior variedade de informações para pautas (52%), mas, por outro lado, gerou mais trabalho, pois os profissionais alegam ter também maior número de informações falsas (30,7%). Este fato reforça a necessidade de os profissionais desenvolverem critérios que possam garantir confiabilidade das informações. Outra situação que tem exigido mais dos profissionais da imprensa é a administração dos conteúdos que chegam por meio do aplicativo, que também se tornou uma função jornalística.

Diante de todas as teorias apresentadas, e após a análise das respostas dos questionários, foi possível verificar a relevância que os dispositivos móveis e seus aplicativos, principalmente, o *WhatsApp*, conquistaram no processo de construção da notícia. Essa nova maneira de fazer jornalismo, utilizando-se das redes digitais, é consequência das mudanças sociais, que promove também alterações nas práticas da profissão. Como o fenômeno está em processo, este assunto está longe de ser esgotado, portanto, faz-se necessário o investimento em estudos em vários aspectos desta prática, como a necessidade de capacitação destes profissionais, o envolvimento das empresas na preocupação com a carga de trabalho e atenção para as novas funções jornalísticas que surgem e tendem a surgir, a credibilidade das informações que são transmitidas nestas redes e, por fim, a necessidade cada vez maior de termos profissionais jornalistas para administrar e promover a checagem destes dados.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. In: CANAVILHAS, João (Org.). Notícias e mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã: LabCom, 2013.

BARBOSA, Suzana; SEIXAS, Lia. **Jornalismo e dispositivos móveis: Percepções, usos e tendências**. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.), Jornalismo e tecnologias móveis. Covilhã: LabCom, 2013.

FIGARO, Roseli. **O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo**. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. São Paulo, 2012. 214 p.

IBGE. **Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) da

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, 2015. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000028392412172016242322368570.pdf>>. Acesso em 26 ago. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2 edição. São Paulo: Editora Aleph. 2011.

LIMA, Cláudia do Carmo Notato. **Comunicação e Mundo do Trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação**. 2010. 313 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicação e Artes/ Universidade de São Paulo. 313 p.

LINS, Arlene. **Aplicativos móveis: novas maneiras de produzir e distribuir notícia**. In: SILVA, Fernando Firmino (Org). *Transmutações no jornalismo*. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

MIELNICZUK, Luciana. **O celular afronta o jornalismo**. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.), *Jornalismo e tecnologias móveis*. Covilhã: LabCom, 2013.

PORTAL DE MÍDIA. Perfil da Pequena Imprensa de Mato Grosso do Sul. Disponível em <<http://www.portaldemidia.ufms.br/>> Acesso em: 28 ago. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem em campo**. 2013. 408f. Tese (Doutorado em Comunicação e culturas contemporâneas) – Programa de pós-graduação em Comunicação e Culturas contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador. Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>> Acesso em: 26 ago. 2017.

SILVA, Fernando Firmino. **Smartphones e tablets na produção jornalística**. *Revista latino-americana de Jornalismo*, João Pessoa - Brasil, v.1, n.1, p.23-40, jul/dez. 2014.

SOBRINHO NETO, José Cavalcanti. **Formatos de distribuição de notícias: The New York Times no relógio inteligente**. In: SILVA, Fernando Firmino (Org). *Transmutações no jornalismo*. Campina Grande: EDUEPB, 2016.