



## ***Jornal móvel:*** **a experiência de um jornal laboratório em mobilidade**

**Aila Beatriz<sup>1</sup>**

**Helando Fragoso<sup>2</sup>**

**Nicole Vale<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Pará (UFPA)

**Maíra Evangelista de Sousa (orientadora/ co-autora)<sup>4</sup>**

Universidade da Amazônia (UNAMA) | Universidade Federal do Pará (UFPA)

**Resumo:** As mídias digitais móveis são novos espaços para produzir e distribuir notícias, acompanhando os novos avanços tecnológicos que possibilitam ainda mais rapidez e instantaneidade ao jornalismo. Nesse cenário, foi criado o *Jornal Móvel*, um jornal laboratório desenvolvido por estudantes de Comunicação Social (Jornalismo) com o intuito de ser produzido e consumido por meio de mídias digitais móveis. Este trabalho, de caráter descritivo-analítico, tem o objetivo de explanar sobre o *Jornal Móvel*, levando em conta os conceitos de convergência jornalística e de jornalismo móvel. Os procedimentos metodológicos combinam pesquisa bibliográfica, descrição e análise (LOPES, 2011).

**Palavras-chave:** jornalismo móvel; convergência jornalística; mobilidade; dispositivos móveis, *Jornal Móvel*.

---

<sup>1</sup>Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: [ailabratriz3@gmail.com](mailto:ailabratriz3@gmail.com)

<sup>2</sup>Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). É membro dos Grupos de Pesquisa "Interações e Tecnologias na Amazônia - ITA" (UFPA/UNAMA/CNPq) e "Laboratório de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação" - InovaCom (UFPA). E-mail: [helandocorrea@gmail.com](mailto:helandocorrea@gmail.com)

<sup>3</sup>Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: [nicolefr87@gmail.com](mailto:nicolefr87@gmail.com)

<sup>4</sup> Professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM/UFPA). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). É membro dos Grupos de Pesquisa "Interações e Tecnologias na Amazônia - ITA" (UFPA/UNAMA/CNPq), "Laboratório de Pesquisa Inovação e Convergência na Comunicação" - InovaCom (UFPA) e "Laboratório de Edição, Cultura & Design - LEAD" (UFRGS/CNPq). E-mail: [maira.evangelistadesousa@gmail.com](mailto:maira.evangelistadesousa@gmail.com)

## 1. Introdução

As vendas de dispositivos móveis aumentam no mundo todo. Uma das consequências disso é o crescimento na quantidade de acessos a conteúdos online, seja via aplicativos ou browser (CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017). Nesse sentido, a discussão sobre o fim do jornalismo impresso vem ganhando força, pois as novas tecnologias possibilitaram maneiras mais rápidas, fáceis e instantâneas de saber sobre o que está acontecendo no mundo. Silva (201-) diz que:

O consumo de notícias nesses dispositivos [smartphone, relógios inteligentes, tablets em outros dispositivos móveis] é crescente no Brasil e no mundo. Os meios de comunicação dependem cada vez mais dessas plataformas para produzir, circular e distribuir conteúdo. Não temos como prever com exatidão os desdobramentos da mobilidade no jornalismo, mas o mercado de comunicação precisa inovar a partir destas ferramentas em termos de narrativas e modelos de negócios (SILVA, 201-).

Desse modo, as empresas produtoras de notícias precisam pensar na distribuição de conteúdos para a sociedade por meio de dispositivos móveis. Isso porque as pessoas estão cada vez mais sem tempo de parar para ler e, portanto, consomem conteúdo jornalístico em mobilidade. Foi pensando nisso que os alunos do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará produziram o *Jornal Móvel*: formado por um aplicativo ([https://app.vc/j\\_movel](https://app.vc/j_movel)) e um perfil no Instagram (@jornalmovel) para a cobertura do segundo turno das eleições 2018. O objetivo do *Jornal Móvel* era de que todos os conteúdos fossem produzidos e consumidos em mobilidade.

Assim, este artigo, de caráter descritivo-analítico, tem o objetivo de explanar sobre o *Jornal Móvel*. São trabalhadas noções de convergência jornalística e de jornalismo móvel. Os procedimentos metodológicos combinam as seguintes técnicas: pesquisa bibliográfica, descrição e análise do *Jornal Móvel* (LOPES, 2011).

## 2. Convergência no Jornalismo

A convergência designa, segundo Jenkins (2009), o processo atual de produção midiática. O autor entende a convergência como: “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas da 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 das experiências de entretenimento que desejam.” (JENKINS, 2009, p. 29).

Já Consoni (2012) analisa a convergência a partir da

potencialidade dos diferentes formatos de mídia seguirem paralelamente na construção de uma narrativa digital, posteriormente acessada por inúmeros dispositivos com acesso à Internet. Porém, esboçar o que é conteúdo convergente na contemporaneidade envolve mais do que suportes de produção e de distribuição de informação, precisa-se olhar para os canais interativos que potencializam as relações entre produtores e consumidores de conteúdo” (CONSONI, 2012).

No jornalismo, de acordo com Salaverría, Avilés e Masip (2010), a convergência tem quatro esferas principais: o tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdos. Esse processo – convergência - começa a ser uma realidade entre as décadas de 1980 e 1990, com a digitalização de conteúdos (SALAVERRÍA, 2005; AVILÉS, 2006). Desde então, o computador passou a transformar o cotidiano das redações: “os jornalistas tiveram de se adaptar a uma realidade profissional que incluía a exigência de uma maior qualificação, a especialização crescente, as modificações nas condições de trabalho e, sobretudo, a intensificação do trabalho” (BALDESSAR, 2005, p. 2).

Nos anos de 1990, outro fator altera a narrativa jornalística: a internet. Com a popularização da mesma, novamente as redações precisaram se adaptar para continuar construindo produtos inovadores que respondessem às novas necessidades dos consumidores de notícias: “no final dessa década, a internet voltou a perturbar o ecossistema midiático, com o surgimento de novos atores, assim como as possibilidades de documentação, atualização, narrativa multimídia e interatividade que aporta a rede” (AVILÉS, 2006, p. 34).

Com o lançamento do *iPhone* em 2007, os jornais ganharam ainda mais mobilidade<sup>5</sup>. A comunicação móvel, então, passa a peça ser fundamental na

---

<sup>5</sup> Ver as nove dimensões de mobilidade em Sousa (2018).

disponibilização de conteúdos jornalísticos, principalmente pelos novos suportes digitais que cada vez mais ampliam esta mobilidade: “De lá pra cá, a comunicação móvel ganhou ainda mais protagonismo devido ao lançamento e à popularização de *smartphones*, de *tablets* e de tecnologias vestíveis (como óculos e relógios inteligentes), bem como por conta da organização da sociedade cada vez mais em rede” (SOUSA, 2018, p. 34).

Esta evolução corresponde ao processo de desenvolvimento do ciberjornalismo, que constitui “o jornalismo produzido para a circulação e o consumo em suportes digitais” (SOUSA, 2018, p. 41). A partir dos anos 2000, vários autores passaram a classificar as fases desta modalidade jornalística. Dentre eles, Barbosa (2013) cita uma quinta fase para a evolução do ciberjornalismo que surge com a emergência dos dispositivos digitais móveis. Caracterizada pela medialidade, o cenário passa a ser “de atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando os processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição e distribuição dos conteúdos, o que resulta num *continuum* multimídia de cariz dinâmico” (BARBOSA, 2013, p. 33). Em 2018, Sousa afirma haver o delineamento de uma sexta fase para esta classificação: “caracterizada pelo emprego do *mobile first*, pelas experiências em realidade virtual e/ou aumentada, pelo desenvolvimento de aplicativos específicos para óculos e relógios inteligentes e pelas publicações de conteúdos jornalísticos que atinjam as novas dimensões de mobilidades apresentadas” (SOUSA, 2018, p. 182). A nova fase do ciberjornalismo abarca o jornalismo digital móvel e o jornalismo ubíquo.

### **3. Jornalismo Móvel**

A comunicação móvel começa a ser possível graças ao processo de miniaturização de computadores e de telefones, bem como de expansão das redes sem fio (SOUSA, 2018). Nesse sentido, a autora cita Pellanda (2009) para explicar as mudanças relacionadas à conexão: “a questão inclui não só o lugar (espaço), mas também a quantidade (tempo) de exposição à conexão na qual indivíduos passam a estar

inseridos.” (PELLANDA, 2009, p. 90 *apud* SOUSA, 2018, p. 37). E essa conexão contínua que surge com as tecnologias digitais móveis é definida como *always on* (PELLANDA, 2009), o que remete ao conceito de ubiquidade em “referência à possibilidade de se estar conectado e produzir, distribuir e consumir informações em qualquer lugar.” (SOUSA, 2018, p. 37).

O jornalismo móvel é uma nova forma de produzir e distribuir histórias na mídia noticiosa. Ele é caracterizado pela rapidez e flexibilidade, pois é possível gravar, filmar, escrever, editar, fotografar, transmitir informações noticiosas apenas com um telefone inteligente, por exemplo. Hernández (2018) afirma que com os dispositivos digitais móveis, repórteres são treinados e equipados para serem totalmente *mobile* e autônomos e os veículos jornalísticos, por sua vez, estão cientes dos benefícios de “trabalhar dessa maneira”. Essa facilidade é importante para o momento atual em que estamos inseridos, pois os conteúdos são produzidos e replicados cada vez com mais rapidez e para públicos que utilizam esses mesmos aparelhos com o objetivo de ficarem antenados com as notícias do mundo.

Silva (2013) expõe cinco fases do jornalismo relacionadas à mobilidade:

- 1ª Fase (1960 e 1970): gravadores e câmeras fotográficas e de vídeo analógicas;
- 2ª Fase (1980): gravadores portáteis (walkman);
- 3ª Fase (1990): câmeras digitais, notebooks, redes digitais para transmissão de conteúdos por voz e dados;
- 4ª Fase (2000): redes sem fio ubíquas e computadores portáteis como palmtops, smartphones, tablets, netbooks;
- 5ª Fase (2010...): smartphones e tablets, computação em nuvem e cultura dos aplicativos.

Já Pellanda et al. (2017) consideram que o jornalismo móvel tem realmente início nessa quarta fase proposta por Silva (2013). Os autores propõem sete marcos de tecnologias principais para a utilização das mídias móveis pelo jornalismo. São eles: “SMS (*Short Message Service*); WAP (*Wireless Application Protocol*); web móvel; *iPhone*, web apps e disseminação de produtos móveis via lojas virtuais; notificações

móveis; wearables; IA (inteligência artificial) e assistentes pessoais.” (PELLANDA et al., 2017 *apud* SOUSA, 2018, p. 49). Segundo Silva (2009), pensar mobilidade dentro do jornalismo requer considerar novas concepções orientadas pelos dispositivos móveis e pelas conexões sem fio que surgiram a partir da década de 1990.

#### **4. Um jornal laboratório em mobilidade**

O *Jornal Móvel* é um jornal laboratório resultante do minicurso *Jornalismo em Mídias Digitais Móveis*, ministrado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará, em outubro de 2018<sup>6</sup>. O minicurso visava proporcionar a reflexão sobre as transformações e as inovações do jornalismo em um cenário de multiplicação de tecnologias digitais móveis. Assim, foi possível praticar os conteúdos teóricos do minicurso produzindo um produto específico para as mídias digitais móveis: o *Jornal Móvel*.

Formado por um aplicativo ([https://app.vc/j\\_movel](https://app.vc/j_movel)) e um perfil no Instagram (@jornalmovel) para a cobertura do segundo turno das eleições 2018, ele tinha como principal foco o segundo turno (ver Figura 1). Os produtos foram desenvolvidos pelos estudantes Aila Beatriz, Gilberto Moura, Helando Fragoso, Maiza Santos e Nicole Vale que na época cursavam o segundo semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo (FACOM/UFPA).

---

<sup>6</sup> O minicurso foi ministrado pela professora Dra. Maíra Evangelista de Sousa. A atividade fez parte de seu plano de trabalho como bolsista do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD/CAPES) junto ao Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) na Universidade Federal do Pará (UFPA).

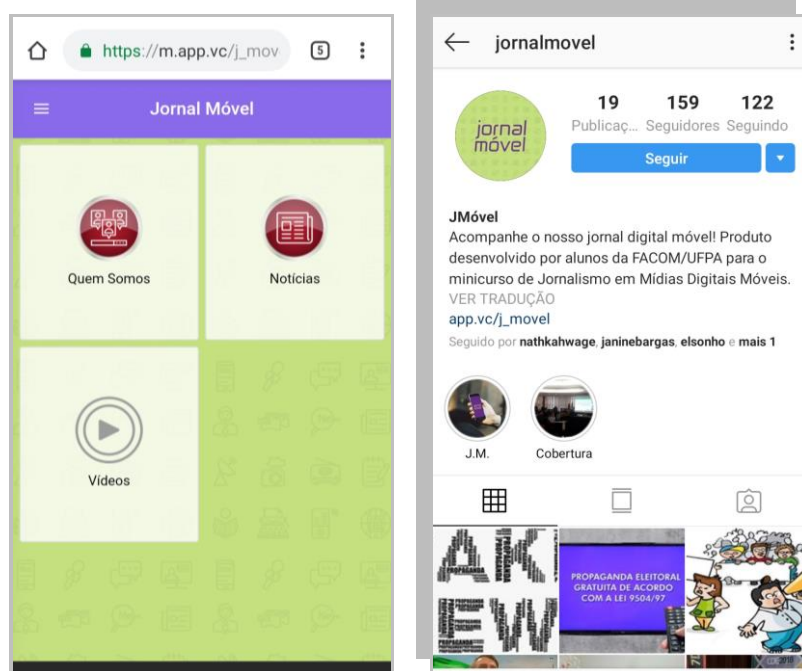


Figura 1: Aplicativo e perfil no Instagram do *Jornal Móvel*.  
Fonte: Captura de tela.

Portanto, este artigo tem o objetivo de explicar sobre o *Jornal Móvel*. Após abordarmos o nosso referencial teórico formado sobretudo pelos conceitos de convergência jornalística e de jornalismo móvel, vamos agora descrever e analisar a experiência do *Jornal Móvel*. Este artigo tem caráter descritivo-analítico e combina três técnicas principais: pesquisa bibliográfica, descrição e análise (LOPES, 2011).

O conteúdo do *Jornal Móvel* foi planejado para ser criado e consumido nas mídias digitais móveis, por isso a opção de utilizar o site de rede social Instagram e de construir um aplicativo.

Para analisarmos o produto é necessário explicar como as notícias, *posts*, vídeos e apurações foram realizados. A elaboração dos produtos começou com a criação do aplicativo e do perfil no Instagram para que nós distribuíssemos os conteúdos. O **aplicativo** foi criado, pois nós precisávamos de uma plataforma digital móvel para publicar nossas produções (matérias, entrevistas e vídeos). O aplicativo foi criado no *FabApp*<sup>7</sup>, com um modelo simples e gratuito. No total, os conteúdos ficaram divididos

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://fabricadeaplicativos.com.br/>>. Acesso em: 22 jul. 2019.

em três espaços principais: *Notícias*, *Quem Somos Nós* e *Vídeos*. Contudo, nós também criamos um perfil no **Instagram** para que nós pudéssemos fazer postagens mais instantâneas, divulgar as matérias produzidas e também para que pudéssemos utilizar das ferramentas que o aplicativo disponibiliza como: *livestream* (transmissões ao vivo), destaques (colocar posts em evidência) e o *story*. As duas plataformas escolhidas (FabApp e Instagram) são de fácil utilização o que tornou o material mais fácil de ser publicado em mobilidade.

As primeiras postagens foram realizadas no perfil no Instagram. Começamos fazendo a divulgação e uma breve apresentação do nosso produto – o *Jornal Móvel*. Para iniciarmos os nossos trabalhos, começamos a falar sobre a importância do voto, com a produção de uma entrevista publicada no aplicativo do *Jornal Móvel* e a divulgação da mesma no Instagram via *feed* e *stories*. Para produzir esse conteúdo utilizamos: *smartphone* (para gravar e para publicar no Instagram) e notebook (para escrever a entrevista e publicar no aplicativo). A entrevista foi disponibilizada na íntegra no aplicativo e adaptada para o Instagram.

Depois seguimos com temas não tão factuais, mas que são de extrema importância nas eleições, como: Crimes eleitorais, Auditorias Eleitorais e Distribuição das urnas. Nesse caso, todas essas matérias foram produzidas com dispositivos móveis (*smartphones*, *tablets* e *notebooks*) e com fotos retiradas da internet (*Creative Commons*).

Nós também realizamos coberturas pelo Instagram, antes e durante às eleições, bem como durante a apuração dos votos. Nesses dias, utilizamos *smartphones* e *tablets* para a transmissão, que foi realizada principalmente com as ferramentas *ao vivo* e *stories* do Instagram. No dia anterior às eleições, uma equipe composta por três dos cinco integrantes do *Jornal Móvel* mais a professora supervisora foram ao Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA) para mostrar a preparação para o segundo turno das eleições. No dia do segundo turno das eleições, pela parte da manhã, três dos cinco integrantes do *Jornal Móvel* gravaram *stories* atualizando as pessoas de como estavam as seções eleitorais em três diferentes locais da cidade. Já no dia do segundo turno das eleições, na hora da apuração dos votos, uma equipe ficou acompanhando tudo direto do Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA) e transmitindo minuto a minuto, pelo



Instagram e pelo aplicativo os resultados. Dessa forma, foram publicadas notícias factuais mostrando instantaneamente os resultados parciais da votação e noticiando, em primeira mão, o resultado das eleições.

Mesmo com o fim das eleições, nós publicamos mais duas matérias, uma sobre as *Fakes News* e a outra sobre a eleição dos candidatos ao Governo do Pará e à Presidência da República.

É importante destacarmos que as narrativas construídas foram pensadas com base nas características e potencialidades do aplicativo e do Instagram, buscando unir as duas plataformas disponíveis e conduzir a leitura do usuário através destas. Nesse sentido, as notícias veiculadas eram adaptadas a cada plataforma utilizada na postagem. Além disso, eram construídas com o objetivo de promover interação com o público, seja pela experiência da cobertura criada ao visitar o aplicativo, seja pelos comentários e curtidas no Instagram. O aplicativo servia como um repositório de matérias, além de fornecer conteúdos exclusivos. O Instagram, por meio do *feed* e dos *stories*, era utilizado para convidar o leitor a visitar as matérias disponíveis no aplicativo, bem como fornecer um pequeno resumo sobre os temas tratados.

Como um primeiro exemplo, temos o caso de uma entrevista sobre os “Democracia e o Futuro do Brasil”. No Aplicativo, postamos o texto na íntegra com uma foto e uma apresentação da entrevistada. Já no Instagram, postamos apenas uma fala da entrevistada com uma imagem do *Creative Commons* que remetia a temática e chamávamos os leitores para lerem a entrevista completa no aplicativo (ver Figura 2).

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo  
IX Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo (JPJOR)  
Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019

---



Figura 2: Entrevista sobre “Democracia e o Futuro do Brasil”  
no Aplicativo e no perfil no Instagram do *Jornal Móvel*.

Fonte: Captura de tela.

Temos como um segundo exemplo, a cobertura ao vivo da apuração das eleições. No aplicativo, usamos apenas texto com os dados, enquanto que no Instagram postamos fotos com o resultado disponível na sede do Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA) (ver Figura 3). Os usuários, então, podiam optar em acompanhar a transmissão no aplicativo ou no *feed* e *stories* do Instagram.

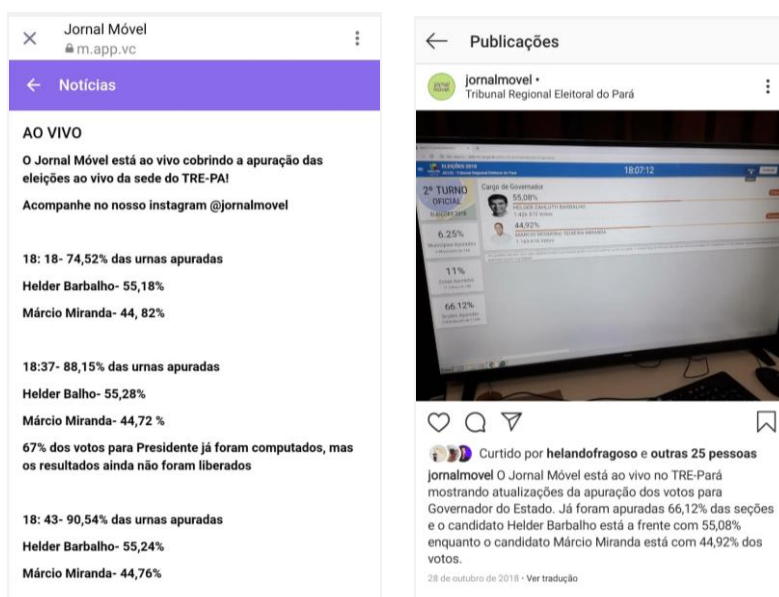


Figura 3: Publicação sobre a apuração dos votos do segundo turno das eleições no Aplicativo e no perfil no Instagram do *Jornal Móvel*.  
Fonte: Captura de tela.

O produto foi executado com foco nos conceitos de jornalismo móvel e de ubiquidade, pensando na possibilidade de se estar conectado e produzir, distribuir e consumir informações em qualquer lugar e momento (PELLANDA ET AL. 2017; SILVA, 2013; SOUSA, 2018), em um cenário de convergência jornalística (SALAVERRÍA; AVILÉ; MASIP, 2010). Dessa maneira, o *Jornal Móvel* trouxe essa dinâmica para o processo de produção e execução do início ao fim, integrando e relacionando os conteúdos do Instagram e do aplicativo.

A execução também pôde ser vista com base no que Hernández (2018) diz acerca da autonomia dos repórteres deste novo meio de produção de conteúdos. O produto contempla a divisão de equipes que projetam um conteúdo, que apesar de interligado, é diferente em cada uma das plataformas que circula. Além disso, pelo fato de cada plataforma demandar um formato diferente de conteúdo, cada produtor/repórter/editor foi treinado para atuar em todas as plataformas e formatos, que também caracteriza o jornalismo móvel de acordo com a autora.

Em suma, o *Jornal Móvel* foi desenvolvido com equipamentos móveis e para dispositivos móveis, tendo esta com uma experiência de uma nova forma de fazer jornalismo.

## 5. Considerações finais

Este trabalho se propôs a explicar sobre o *Jornal Móvel*. Para alcançar este objetivo, as experiências daqueles que participaram do projeto foram apresentadas e posta em confronto com os conceitos que basearam a construção do *Jornal Móvel*: convergência jornalística e de jornalismo móvel.

Um dos pontos apresentados foi o da construção de notícias que utilizou apenas dispositivos móveis - desde a gravação dos áudios com entrevistados até a edição de imagens para as postagens realizadas no aplicativo e no Instagram. A narrativa utilizada foi pensada para ser consumida em dispositivos móveis, por isso a criação de um aplicativo próprio (que poderia ser baixado para os *smartphones* ou visualizado por um link) e de um perfil no Instagram (que foi selecionado por sua natureza móvel e por ser mais rápido e permitir mais funcionalidades à cobertura das eleições, como os *stories*, as transmissões ao vivo, as enquetes e as postagens com foco nas imagens).

Portanto, compreendemos que o *Jornal Móvel* foi um produto que buscou e atendeu as necessidades do jornalismo móvel, entendendo o seu papel nos novos formatos de informação que são utilizados na atualidade e, sobretudo, sendo uma experiência nova que gerou muito conhecimento para quem ainda estava iniciando o curso de Comunicação Social – Jornalismo. Nesse sentido, entendemos que este artigo poderá ajudar outros alunos que tenham interesse em produzir conteúdos jornalísticos para mídias digitais móveis.

## Referências

AVILÉS, J. A. G. Desmistificando la convergencia periodística. **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**. n. 94, 2006.

BALDESSAR, M. J. Considerações sobre as mudanças necessárias no jornalismo e na formação profissional a partir da internet. In: Anais III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, 2005, Florianópolis - SC. **Anais...** Florianópolis: 2005.

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013

CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.a (Orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. 1ed. Covilhã: Livros LabCom, 2017.

CONSONI, G. B. Cultura da convergência no processo jornalístico. **Observatório da Imprensa**. 2012. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed679-cultura-da-convergencia-no-processo-jornalístico/>>. Acesso em: 18 jul. 2019.

HERNÁNDEZ, N. Novo guia de jornalismo mobile oferece recursos gratuitos para repórteres e redações. **IJNet**, 2018. Disponível em: <<https://ijnet.org/pt-br/story/novo-guia-de-jornalismo-mobile-oferece-recursos-gratuitos-para-rep%C3%B3rteres-e-reda%C3%A7%C3%B5es>>. Acesso em: 18 jul. 2019.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo. Aleph. 2009.

LOPES, M I. V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

PELLANDA, E. Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. **Em Questão**, v. 15, n. 1, p. 89 - 98, jan./jun. 2009.

PELLANDA, E. et al. Mobilidade e jornalismo digital contemporâneo: Fases do jornalismo móvel ubíquo e suas características. In. CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.a (Orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Livros LabCOM, 2017. p. 197-218.

SALAVERRÍA, R. **Redacción periodística en Internet**. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, 2005.

SALAVERRÍA, R.; AVILÉS, J. A.; MASIP, P. M.. Concepto de convergencia periodística. In: LÓPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. (Orgs.) **Convergência Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.41-64.

SILVA, F. F. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (Orgs.). **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SILVA, F. F. **Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

SILVA, F. F. “O móvel é parte do futuro do jornalismo”, diz especialista Fernando Firmino. **Portal Imprensa**. 201-. Disponível em:  
<[http://www.portalimprensa.com.br/especialtecnologia/conteudo\\_tecnologia\\_08.asp](http://www.portalimprensa.com.br/especialtecnologia/conteudo_tecnologia_08.asp)> Acesso em: 18 jul. 2019.

SOUSA, M. C. E. **Jornal e Mobilidade**: Reconfigurações do Impresso ao Multiplataforma. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.