DOSSIÊ CRIATIVO
DIÁLOGOS E PRODUÇÕES NA INDÚSTRIA CRIATIVA

PPGCIC
Programa de pós-graduação em COMUNICAÇÃO INDÚSTRIA CRIATIVA
Mestrado Profissional

Do telejornalismo ao jornalismo audiovisual móvel: uma análise do aplicativo BBC News a partir da teoria do contrato de comunicação

Lahis Borges **Welter**
Vivian **Blochio**

Resumo:
O artigo tem como objetivo compreender de que forma os produtos de jornalismo audiovisual móvel do aplicativo de smartphones da BBC News configuram dispositivo de encenação da informação específico, diferenciando-se do telejornalismo tradicional e do webjornalismo audiovisual. Para isso discute-se a teoria do contrato de comunicação, de Charaudeau, com foco nos dispositivos de encenação da informação e aspectos da cultura da convergência. Versa-se sobre as transformações do jornalismo audiovisual a partir do webjornalismo até o surgimento do jornalismo audiovisual móvel. Ao final, foram encontrados formatos e características específicas do jornalismo audiovisual móvel no app BBC News.

Palavras-chave: Jornalismo audiovisual móvel; Cultura da convergência; Dispositivos de encenação da informação.

Introdução

A intenção deste artigo é contribuir com a reflexão sobre as possíveis interferências que partem das tendências da cultura da convergência no telejornalismo, no webjornalismo audiovisual e no jornalismo audiovisual móvel, cujos produtos e sistemas produtivos se moldam a partir das mudanças tecnológicas. Percebe-se que tais produções são elementos da indústria criativa que podem estar em transformação na contemporaneidade. Entende-se que essa transformação acontece a partir da cultura da convergência e da intensificação da comunicação multiplataforma, principalmente no que se refere ao jornalismo. A distribuição de conteúdos em múltiplas plataformas tende a resultar em estratégias, conteúdos e modos de produção diferentes dos sistemas tradicionais de construção de conteúdos.

Entende-se, neste trabalho, que o telejornalismo e outros produtos noticiosos

ligados à produção audiovisual, que surgiram recentemente, integram a indústria criativa. Quanto ao jornalismo audiovisual móvel[1], compreende-se que ele pode ser relacionado, com base no relatório da UNCTAD, ao grupo "mídia", subgrupo "audiovisuais". Também se enquadra no grupo "criações funcionais", com ênfase no subgrupo "novas mídias". "Dessa forma, podemos dizer que a comunicação se relaciona com a indústria criativa, precisamente, por se tratar de uma" (FEIL, 2017, p. 292).

Dentro desse contexto, cabe frisar que o telejornalismo é um produto tradicional em transformação, principalmente a partir da cultura da convergência, que, segundo Jenkins (2008), é um processo em andamento, que demonstra uma "era onde a mídia estará em toda parte, e nós usaremos todos os tipos dos meios de comunicação relacionando-os uns aos outros" (JENKINS, 2008, p. 93). Isso porque há uma tendência de distribuição multiplataforma que impactou o trabalho nas redações, mediante a potencialização de procesos de convergência jornalística (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; BARBOSA, 2009; BELOCHIO, 2012; LINDEMANN, 2015).

Neste artigo, parte-se do pressuposto de que o dispositivo de encenação gera influência sob o produto que é veiculado, principalmente quando se aborda o jornalismo audiovisual móvel, ao mesmo tempo em que esses produtos se diferenciam do webjornalismo audiovisual e do telejornalismo. Para investigar tal questão, este artigo é composto principalmente pelos resultados da dissertação de mestrado, em Comunicação e Indústria Criativa pela Universidade Federal do Pampa, cursado pela autora que contempla análise do app BBC News, em específico dos produtos de jornalismo audiovisual móvel contidos no mesmo.

Metodologia

Foram considerados, para a presente análise, princípios da análise semiolinguística, conceituada por Charaudeau (2016). Além disso, utilizou-se como referências os elementos relacionados ao conceito de contrato de comunicação, também de Charaudeau (2012). Segundo o autor, a análise semiolinguística contempla dois tipos de abordagens da linguagem:

> - uma que se caracteriza por sua concepção de *linguagem-objeto-transparente*, por seu método de *atividade de abstração*, e se interessa por do que nos fala a linguagem; - outra que se caracteriza por sua concepção de *linguagem--objeto-não-transparente*, por seu método de *atividade de elucidação*, e se interessa por como nos fala a linguagem (CHARAUDEAU, 2016, p. 20, grifos do autor).

Como objeto transparente, portanto, pode-se entender aquele que leva em consideração a linguagem, o verbo, o que é dito. Diferente do objeto não transparente, que diz respeito ao que é interpretado, o que se pode compreender a partir do contexto. Entende-se, a partir da percepção do autor, que esses dois lados do campo linguístico são importantes para o entendimento da mensagem a ser transmitida. Para Charaudeau (2016, p. 20), "o ato de linguagem não pode ser concebido de outra forma a não ser como um conjunto de atos significadores que falam o mundo através das condições e da própria instância de sua transmissão".

O autor acredita, ainda, que, para compor um projeto semiolinguístico, é necessário que se responda algumas questões. Para ele, elas são fundamentais e dão

1 O jornalismo móvel é caracterizado por um conjunto de tecnologias de alta velocidade e definição e pelo surgimento de smartphones e tablets com crescente capacidade de armazenamento e processamento e diversos tamanhos de telas (CANAVILHAS; RODRIGUES, 2017). O termo, bem como suas definições e aplicações serão melhor definidas ao longo deste trabalho.

sustentação à teoria da significação. São elas:

> - O que conhecemos do signo e como ele pode ser definido? – O conceito de comunicação é pertinente em um tal projeto? – O que é a competência linguageira e quais são seus componentes? Enfim, o que é analisar um texto e, de uma maneira mais geral, qual comentário é possível fazer sobre os atos de linguagem? (CHARAUDEAU, 2016, p. 21, grifos do autor)

Na concepção defendida pelo autor, existem quatro sujeitos em um ato de linguagem. São eles aquele que produz o discurso (emissor real) e imagina um receptor (receptor imaginado) e, dentro do processo de interpretação da mensagem, aquele que realmente interpreta, decodifica a partir de sua percepção (receptor real) e, a partir dessa interpretação, imagina e cria uma imagem do enunciador dessa mensagem (enunciador imaginado).

Pode-se interpretar o autor da seguinte forma: existe um sujeito destinatário (TUd) fabricado e idealizado pelo EU, que é o comunicante (EUc). Assim como existe um sujeito interpretante (TUi ou TU') que não está incluído no processo de produção e enunciação, mas que, no entanto, interpreta e cria uma imagem de enunciador (EUe), fazendo uma suposição da intencionalidade do ato de produção.

É importante ressaltar que, em virtude do limitado espaço de tempo para conclusão deste trabalho, foi priorizada a identificação de características da identidade do Eu enunciador de conteúdos do aplicativo BBC News. Para isso, foi realizada breve discussão sobre as constatações de Charaudeau (2016) a respeito dos sujeitos do ato de linguagem, bem como sobre as características de um discurso.

Resultado e discussão

Para esta análise, foi determinado o período entre 4 e 13 de novembro de 2019, para captar todos os vídeos exibidos na categoria "Videos of the day", do app. A média é de oito vídeos atualizados diariamente. No entanto, percebeu-se, durante a pesquisa, que alguns vídeos se repetiam de um dia para o outro. Portanto, 63 vídeos foram analisados a partir de três perspectivas. Com base na metodologia, pretende-se dividir a análise do dispositivo de jornalismo audiovisual móvel da BBC News nas seguintes categorias: elementos audiovisuais, conteúdos e características da interface.

Para compor as categorias a seguir descritas, os vídeos foram catalogados, a partir de uma tabela com a data de veiculação e cinco itens identificados na proposta metodológica de Charaudeau (2012): oralidade, temporalidade, gestualidade, escrituralidade e iconicidade.

Fazendo uma análise geral dos vídeos, o que se pode afirmar é que o padrão icônico segue o mesmo. Todos os vídeos possuem, do início ao fim, a logomarca da BBC no canto superior esquerdo. Antes de dar "play" no audiovisual, uma linha na parte superior horizontal numera os vídeo: 1 of 8, 2 of 8 e assim por diante. Além disso, na parte superior direita, um ícone de compartilhamento permite compartilhar o link através de mensagem, e-mail ou rede social, além do ícone de fechamento identificado com um "X" (Imagem nº1).

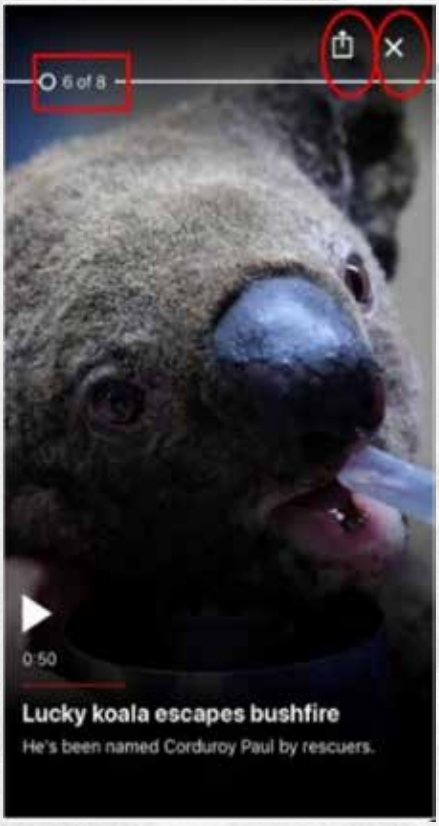

Imagem nº1.Fonte: App BBC News.

Após a exibição do vídeo, a tela inicial fica em preto e branco, antes da passagem para o próximo vídeo, que acontece automaticamente. Ao final dos oito vídeos, a tela escurece, aparece, no meio da tela, 8 of 8 e, abaixo, a seguinte frase: Check back later (Confira mais tarde).

Além disso, em todos os audiovisuais que possuem legendas, elas são descritas em diferentes cores a partir do personagem. Por exemplo, quando o repórter fala, a legenda é disposta de uma cor, quando a sonora é do entrevistado "X" é de outra cor e do entrevistado "Y" é de outra tonalidade. E todas as legendas são traduzidas para o inglês. Há o uso de legendas também, como já mencionado no item anterior, para substituir offs ou narrações, na maioria dos vídeos. Dos 63 vídeos analisados, apenas três fizeram uso de off, ou seja, 4,76% dos audiovisuais da editoria "Videos of the day" da BBC News possuem narração de repórter. A característica denota uma mudança de formato, que poderá ser melhor compreendido no decorrer do trabalho.

Sobre o uso de legendas em diferentes cores para melhor identificação de cada personagem da reportagem, vale ressaltar que se cria aqui um diferenciado padrão não visualizado ou percebido anteriormente em outra plataforma. Já identificou-se ao longo deste estudo que o uso de legendas é recorrente tanto no webjornalismo audiovisual quanto no jornalismo audiovisual móvel. No entanto, a diferenciação por cores denota um conjunto de elementos referenciais para identificação de cada personagem e que traduz-se como uma linguagem própria do aplicativo. Percebeu-se, nesse quesito, que começam a transparecer características próprias do jornalismo audiovisual móvel, que não se pode identificar em outras plataformas. E essa percepção pode ser enquadrada como uma estratégia de interpretação e identificação do tu destinatário.

Em relação ao tempo de duração dos vídeos, 12 possuem menos que um minuto, 27 entre um e dois minutos, 16 entre dois e três minutos e apenas oito com mais de três minutos. O que representa que 61,9% dos vídeos têm, no máximo, dois minutos e 87,3% têm até três minutos.

Sobre a presença de repórter e/ou apresentador nos audiovisuais, na maioria dos vídeos, mais especificamente em 48 dos 63 audiovisuais, não aparecem jornalistas durante a reportagem. Em nenhum dos vídeos há introdução por parte de apresentador. Em relação à passagem/boletim, ou participação durante entrevista, em apenas 23,8% dos materiais há essa interação do repórter.

Sobre os assuntos abordados nos 63 vídeos, a maioria identificada contempla a editoria de política. Total de 25 vídeos foram inseridos nesse contexto, o que representa 39,68%. Os demais materiais se dividiram entre celebridades e assuntos cotidianos, meio ambiente, esporte, cultura e

polícia/segurança. O que se percebe, a partir da análise, é que inclusive um formato próprio de acompanhamento do dia a dia dos candidatos à eleição do Reino Unido foi produzido para ser veiculado no app. O formato, já citado no item anterior, coloca um correspondente na posição de contador de história. Sua narrativa, gravada em estúdio, com enquadramento fechado, é intercalada de pronunciamentos, sonoras e imagens do dia de cada político.

Sobre os diferentes formatos, identificaram-se os seguintes: entrevistas, nota coberta com legenda, reportagem, comentário e um formato próprio. No total, dos 63 vídeos analisados, 4 eram entrevistas, 15 notas cobertas, a maioria sem off, apenas com informações em legendas, 30 reportagens, com moldes diferentes do telejornalismo tradicional, porém com conjunto de elementos que pode caracterizá-la de tal forma, 1 comentário e em 13 materiais identificamos um formato próprio, que não é enquadrado dentro das nomenclaturas usuais do telejornalismo. O formato mais evidente nessa pesquisa foi o da cobertura das Eleições 2019 do Reino Unido. O repórter/correspondente responsável por acompanhar a agenda dos candidatos fazia uma espécie de boletim, gravado em estúdio e/ou redação (em virtude do enquadramento muito fechado não era possível identificar o local) e essa intervenção era coberta com imagens da campanha e intercalada com sonoras e pronunciamentos dos políticos.

Percebeu-se formatos diferentes, inovadores, que não são vistos no telejornalismo, bem como formatos tradicionais, porém que possuem alguns diferenciais em relação ao que se percebe no telejornalismo. Por exemplo, as entrevistas seguem um certo padrão de posicionamento. No entanto, os enquadramentos são sempre muito fechados, fugindo dos padrões televisivos. As notas cobertas, por exemplo, diferente da televisão, em que off (narração) e imagens são combinadas, no caso do app, têm as imagens legendadas com informações sobre o ocorrido.

Em relação ao comentário, há vídeos em que o correspondente/repórter narra e vivencia a situação, tecendo uma opinião e um comentário a respeito. É o caso de um dos vídeos captados durante a pesquisa, em que o correspondente grava o vídeo de dentro do carro, se deslocando e narrando que vê, o que vivencia naquele trajeto.

Sobre reportagens mais completas, o formato também se difere, uma vez que a maioria não tem off, tem legendas em substituição a ele, tem legendas em todas as falas e não obedece ordem sequencial. Ao mesmo tempo, esses materiais buscam, em sua maioria, relatar fato durante o acontecimento. Refere-se, aqui, a protestos, manifestações, incêndios, desastres ambientais. Por isso mesmo, não há um padrão de enquadramento de sonoras nesses casos, uma vez que a prioridade é dada para o assunto e não para o padrão visual.

O aplicativo, de forma geral, é manuseado a partir da tactibilidade. Na editoria analisada (Videos of the day), os vídeos podem ser avançados, de um para outro, a partir da passagem do dedo da direita para a esquerda, ou do simples toque na parte direita do vídeo. Além disso, para pausar, dar play ou avançar o vídeo, de forma manual, basta tocar na barra inferior, disponível em todos os vídeos. O sistema é o mesmo utilizado na web, no entanto, ao invés da utilização do mouse, no smartphone utilizamos a tactibilidade através do recurso disponível nos dispositivos móveis, o touchscreen.

O recurso da tactibilidade também é utilizado para compartilhar ou fechar os vídeos. Os ícones para compartilhar, através das mídias sociais digitais ficam no canto superior direito. Ao clicar na imagem de compartilhamento abrem as opções, conforme a configuração de cada smartphone e os aplicativos instalados e disponíveis. No mesmo local está alocado o ícone de fechamento no vídeo, identificado pelo X, simbologia tradicionalmente utilizada na web para fechar janelas.

O recurso da tactibilidade também é utilizado para compartilhar ou fechar os vídeos. Os ícones para compartilhar, através das mídias sociais digitais ficam no canto superior direito. Ao clicar na imagem de compartilhamento abrem as opções, conforme a configuração de cada smartphone e os aplicativos instalados e disponíveis. No mesmo local está alocado o ícone de fechamento no vídeo, identificado pelo X, simbologia tradicionalmente utilizada na web para fechar janelas.

Nesse ponto foram identificadas duas características importantes. Uma que também se verificou em alguns materiais na web, porém tem maior utilização no smartphone e conecta-se com o propósito do app, que é a mobilidade, são as legendas que funcionam como o off ou a narração de uma reportagem. Verificou-se que esse recurso substituiu, na maioria dos vídeos, o áudio que, em geral, é gravado pelo repórter e que fornece o entendimento da matéria jornalística. Essas legendas (Imagem nº2) são dispostas ao longo do audiovisual, são brancas e aparecem precedidas de um pequeno traço.

Imagem nº2. Fonte: App BBC News.

Além desse tipo de legenda, percebeu-se outra que, caracterizou-se, como específica do aplicativo. A cada fala dos repórteres, entrevistados e/ou qualquer personagem que verbalize durante os vídeos as frases são legendadas em inglês. Conforme já especificado nesse trabalho, porém entende-se ser uma importante característica voltada à interface, as legendas de cada fala tem uma cor diferente (Imagem nº3). Por exemplo, se o audiovisual contemplar três entrevistados diferentes, serão três cores utilizadas nas falas. Em um primeiro momento compreende-se que a legenda em si já contempla uma característica importante do app para smartphones, uma vez que o mesmo, ao denotar mobilidade, também possibilita a visualização sem a possibilidade de ouvir. Afora essa percepção, observa-se que os editores dos materiais preocuparam-se em identificar cada personagem dentro do vídeo, criando uma simbologia própria, que não foi identificada na web e no telejornalismo tradicional.

Imagem nº3.Fonte: App BBC News.

O formato vertical, que compõe toda a tela do smartphone, também é uma característica encontrada apenas no aplicativo e que identifica claramente o público-alvo dos materiais: usuários de *smartphones. A imagem não ficaria visualmente*

agradável na tela de um notebook, por exemplo. O formato vertical é uma clara caracterização de que a produção foi projetada para o aplicativo. Em alguns audiovisuais houve a adaptação dos materiais da web, feitas em 16:9, mais horizontal, para o formato verticalizado. Porém o que se percebeu na maioria das produções foi uma atenção para o recorte diferenciado.

Em resumo, pode-se compreender, a partir dessa análise, que a tactibilidade e as funções que a mesma permite, o formato verticalizado, as legendas, em especial a coloração pensada especificamente para o aplicativo, são as principais características que estão associadas a interface.

Conlusões

Para concluir esta análise, cabe retomar a citação de Charaudeau (2016, p.20), que afirma que "o ato de linguagem não pode ser concebido de outra forma, a não ser como um conjunto de atos significadores que falam o mundo através das condições e da própria instância de sua transmissão". Ao finalizar este artigo, fica evidente que, ao analisar o dispositivo de encenação materializado no aplicativo de smartphones BBC News, as próprias condições de transmissão geram efeitos sobre o produto veiculado. Além disso, o mesmo contempla um conjunto de ícones que formatam o significado e as intenções de reprodução.

O que intenta-se mostrar é que, em primeiro lugar, o formato em que o vídeo é produzido, com as imagens editadas de forma vertical, se diferenciado do formato chamado como 16:9, que tem características horizontais que se assemelham ao padrão utilizado pela televisão digital, já deduz que ele apenas será assistido por uma tela vertical, característica do smartphone.

Nesse sentido, compreende-se, inicialmente, que foi considerado pelo Eu comunicante, ou seja, o emissor real, que havia uma expectativa acerca da identidade do Tu destinatário, isto é, o receptor imaginado. Tal expectativa é materializada nas características do Eu enunciador, que determinam certas configurações e lógicas do dispositivo. Ao projetar a editoria, dentro do aplicativo, pensou-se em usuários de smartphones, com acesso às redes e intencionados em buscar notícias e informações internacionais, curtas e resumidas, que pudessem ser visualizadas em movimento. Logo, esses traços foram entendidos aqui como elementos que compõem a identidade do Tu destinatário do dispositivo de encenação da informação em mídia móvel da BBC News.

Além do formato verticalizado, a oralidade dentro do app sempre vem acompanhada de legendas. Mais do que um simples ícone que possibilita o entendimento das palavras pronunciadas, o aplicativo preocupa-se em propor uma nova lógica icônica. Isso por que, conforme já mencionado neste artigo, as legendas são coloridas conforme o personagem traduzido. Vale lembrar que todos os audiovisuais analisados possuem legendas. Quando as mesmas traduzem o que os personagens, tanto repórter quanto entrevistados, falam, elas adotam coloração diferente.

Além de obedecer-se um padrão (todas as falas, independente da língua, são traduzidas para o inglês nas legendas), formatou-se uma maneira de identificar, sem ouvir, apenas através da cor, qual personagem da reportagem está se pronunciando. Essa é uma evidência de simbologia que denota que o Tu destinatário do aplicativo seria uma pessoa em mobilidade e que facilitar o seu entendimento do material jornalístico disposto tornaria a experiência de visualização mais agradável. A partir dessa evidência, entende-se que esses elementos identificados integram a identidade do Eu enunciador, a partir da percepção do Tu destinatário. Isso porque são especificidades que identificam a produção do audiovisual como exclusivamente formatado para o aplicativo, com características

não encontradas em outras plataformas e que demonstram atenção e preocupação com a possibilidade de entendimento e de aproveitamento do conteúdo disponibilizado.

No que tange à temporalidade, a mesma percepção é identificada. A maioria dos vídeos (87,3%) tem menos de três minutos. Além disso, os assuntos e informações veiculados são atuais, relacionados a fatos que aconteceram recentemente, ou propiciando relações acerca de acontecimentos atuais. Também pode-se entender que o Eu comunicante acredita que o Tu destinatário é uma pessoa em mobilidade, que não tem disponibilidade de tempo para ficar 10, 15 minutos visualizando um mesmo material. Mesmo assim, com possibilidade de tempo restrito, compreende-se que esse sujeito tem a intenção de se manter informado, principalmente por questões políticas. Isso principalmente porque grande parte dos audiovisuais tem como característica a atualidade, com a preocupação de trazer informações e notícias que estão acontecendo ao redor do mundo e os produtores dos vídeos fizeram o que, na televisão tradicional, se chamaria de série de reportagens, no caso das produções sobre a campanha eleitoral do Reino Unido. Esse é um ponto que também precisa ser destacado.

Criou-se um formato não visto na televisão, nem na web, para veicular as campanhas eleitorais, dia a dia. Conforme já especificado ao longo deste trabalho, um correspondente gravava uma espécie de boletim dentro de um estúdio e/ou redação, com enquadramento incomum na televisão, por ser muito fechado. Sobreposto a esse boletim, foram editados trechos de imagens, pronunciamentos e sonoras sobre os candidatos, ou deles mesmos. Entende-se esse tipo de produção como comentário de um colunista político, que editou um material diferenciado. Justifica-se que é uma modelagem inovadora, porque não se trata de uma entrada ao vivo com cobertura de imagens. Não é um boletim, porque em determinados momentos, a fala do repórter foi cortada para a inserção de pronunciamentos e sonoras. Além disso, não se trata de uma reportagem, porque, em vários momentos, o repórter aparece alocado dentro de um estúdio e/ou redação. Enfim, não conseguiu-se enquadrá-lo em nenhum formato tradicional. Optou-se por nominar esse formato diferenciado como coluna recorte, uma vez que não há nominação entre os elementos televisivos para esse formato, que percebeu-se como exclusivo do aplicativo.

A partir de todos esses elementos icônicos, o entendimento final da autora é de que existem elementos característicos e específicos do dispositivo móveis, assim como aparecem elementos híbridos que utilizam de diferentes especificidades de outras plataformas, com o objetivo de apresentar um material único. Percebe-se, que se trata de um tipo de jornalismo particular, a partir do dispositivo e do Tu destinatário, que se projeta com da composição do aplicativo e, em especial, da editoria estudada. Compreende-se que há elementos tradicionais da televisão.

Entende-se, portanto, que há um padrão de jornalismo audiovisual móvel que está em formação. Compreende-se como um processo não concluído, uma vez que este ainda adota características da televisão e da web, em determinados momentos. Mesmo assim, é importante reforçar que já podem ser identificadas características próprias do dispositivo de encenação, como foi explicitado durante as análises realizadas. Estas geram influência direta na composição dos materiais jornalísticos veiculados, tornando-o distinto e diferenciado dos demais já estudados.

Referências

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

BECKER, Beatriz. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. Estudos em Jornalismo e Mídia, Ano VI, n. 2, pp. 95 - 111 jul./dez, 2009.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. Narrativas jornalísticas audiovisuais:um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.232-246, dez. 2009.

BELOCHIO, Vivian. Jornalismo em contexto de convergência: implicações da distribuição multiplataforma na ampliação dos contratos de comunicação dos dispositivos de Zero Hora. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho; FEITOSA, Sara Alves. A narrativa transmidiática como estratégia da indústria criativa: múltiplas apreensões dos objetos culturais em distintas plataformas e o caso da RBS TV. In Comunicação e indústria criativa: políticas, teorias e estratégias. Joel Felipe Guindani e Marcela Guimarães e Silva (Org.). Jaguarão, RS: CLAEC, 2018.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. Dicionário de análise do discurso. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. Tradução Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2016.

FEIL, Gabriel. Comunicação e indústria criativa: modos de usar. Revista interamericana de Comunicação midiática. V.16. n.32. Santa Maria/RS, 2017.

JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo, Aleph, 2008.

MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana (org). Jornalismo e tecnologias móveis. Livros LabCom. 2013

ROOS, Roberta; BELOCHIO, Vivian; NEGRINI, Michele. Jornalismo audiovisual na web: perspectivas e reflexões. Artigo apresentado no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. ECCOM, v. 10, n. 20, jul./dez. 2019

SANTAELLA, Lucia. Novos Desafios da Comunicação- Facom/UFJF, 2001.

SANTAELLA, Lucia. A ubiquidade da vida on-line. Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. International Journal of Communication, nº 3, p. 586-606, 2009. Disponível em: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477> Acesso em: 20 out. 2018

SILVA, Fernando Firmino. Jornalismo reconfigurado: tecnologias móveis e conexões sem fio na reportagem de campo. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN, 2 a 6 de setembro de 2008.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo móvel. Salvador: EDUFBA, 2015.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo e tecnologias da mobilidade: Conceitos e configurações. Tese (Doutorado) Universidade Federal da Bahia – UFBA, Bahia, 2008.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. [manuscrito], 2013.

UNCTAD. Relatório de economia criativa 2010 - economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc.; São Paulo: Itaú Cultural, 2012