



A emergência da redação integrada no curso de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba¹

Odlinari Ramon Nascimento da SILVA²

Zulmira Nóbrega Piva de CARVALHO³

Departamento de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

Resumo

Este artigo se caracteriza por trazer luz aos apontamentos teóricos da redação integrada ou multiplataforma, uma nova possibilidade do fazer jornalístico no campo digital, que exige uma guinada conceitual e operacional por parte das mídias da informação que optam por tal prática. Por isso, diante de um cenário jornalístico de multitarefa, pretendemos pensar o contexto do curso de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), a partir dos laboratórios já existentes. Tratamos de uma emergência e necessidade da redação integrada em todos os cursos de graduação em jornalismo do país.

Palavras-chave

Redação integrada; Jornalismo Multiplataforma; Jornalismo digital; UFPB

Introdução

A prática jornalística está enfrentando a sua maior transformação desde sua existência por volta do século XVIII no continente europeu. A mudança de era pela qual estamos passando, influenciada pelo desenvolvimento das plataformas digitais conectadas à internet, está cobrando do jornalista um novo modo de ser no mundo.

Por conta das multiplataformas de conexão social, há quem diga que a profissão de jornalista está fadada ao fracasso, com base na decisão do Supremo Tribunal Federal de que não é necessário a exigência do diploma para o reconhecimento da profissão. Mas o entendimento deve ser exatamente o contrário, pois afirmamos que agora é que a prática do jornalismo profissional precisa ser bem demarcada, porque cabe unicamente ao jornalista, envolvido em um emaranhado de informações, potencializadas e difundidas pela sociedade

¹ Trabalho apresentado no VI Colóquio Semiótica das Mídias, precisamente no GT 5 – Questões epistemológicas e circulação, realizado de 25 a 29 de setembro de 2017.

² Mestre em Estudos da Mídia pela UFRN. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Radialismo pela UFPB. Professor do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da UFPB. E-mail: contatoderamon@gmail.com

³ Doutora em Cultura e Sociedade pela UFBA. Mestra em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFPB. Professora adjunta IV da UFPB. E-mail: zulmiranobrega@uol.com.br

em rede, conhecer e checar os fatos, manter o compromisso público e ético que a produção da notícia exige.

Sabemos que a cultura midiática atual exige mudanças no fazer jornalístico. Seja no âmbito profissional, redacional e empresarial. É fato que a implantação de uma redação integrada necessita de equipes com profissionais preparados para multitarefas, já que o processo, contrariando a ideia de que se trataria apenas de criar versões online das matérias impressas, é sofisticado e complexo. Para Salaverria (2003) a integração das redações está relacionada com a convergência jornalística e se configura em quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa.

A empreitada exige investimentos por parte das empresas midiáticas, cujos gastos não se destinam às aquisições de computadores e softwares, instrumentais já presente nas redações tradicionais, seja para versões impressas ou online, mas à manutenção do grupo de trabalho especializado, de pesquisadores, repórteres, redatores, designers, programadores, fotógrafos, cinegrafistas, criadores de infográficos e games, tratadores de imagens, entre outros profissionais. É um procedimento jornalístico que agrega profissionais das várias editorias em um único lugar, em alguns casos com o objetivo de diminuir custos e tornar os veículos mais ágeis na disseminação da informação.

O panorama do mercado de trabalho, assim, convoca e instiga a universidade, os cursos de jornalismo e os saberes acadêmicos da área para agir rapidamente, preparar os estudantes, da graduação e pós-graduação – lembrando que esta última, entre nós, tem o diferencial de ser profissionalizante – para atuar nas redações integradas, pois a tendência do jornalismo, em perspectivas globais, é adotar cada vez mais tal tipo de práxis, principalmente por causa do avanço do uso dos equipamentos digitais de produção e recepção por parte do público, seja para fins de informação ou entretenimento. Há, inclusive algumas previsões para o fim do impresso.

Por outro lado, a redação integrada, e mesmo o jornalismo online veiculado por dispositivos digitais, compõem áreas do conhecimento que necessitam de constante atualização epistemológica.

Assim, definimos que nosso estudo propõe investigar como a práxis da redação integrada é percebida e desenvolvida nos principais cursos de jornalismo de graduação e pós-graduação do Brasil, seus avanços e dificuldades, de modo a entender os processos, apontar para lacunas, sugerir caminhos, ações, aperfeiçoamentos e capacitações, para docentes e discentes de nossos próprios cursos de jornalismo, especialmente para o Centro

de Comunicação, Turismo e Artes da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Nosso projeto se pauta como ação que investiga novos fenômenos do campo do jornalismo, práticas emergentes da mídia informativa no formato digital, matéria, portanto, também de interesse acadêmico, mediante a necessidade dos saberes jornalísticos acompanhar as evoluções das práxis que formam o conjunto de seus objetos de estudo. Tal quadro nos aponta para a necessidade de adotar, como procedimento metodológico inicial, uma garimpagem bibliográfica para a descoberta e aprendizados sobre a temática que instiga a pesquisa, quando sabemos, de antemão, mediante nossos levantamentos preliminares, haver poucas contribuições.

Ao mesmo tempo navegaremos pelo mundo da web para conhecer a fundo os jornais digitais que se utilizam da redação integrada, de modo a selecionar suas peças midiáticas mais representativas, dispositivos que nos proporcionarão conhecer os detalhes de seus modos de criação, técnicas de hipertextos, *newgames* e emprego de imagens, caracterizações gerais, o uso de multiplataformas, enfim, o escopo do novo tipo de fazer jornalístico que, não por coincidência, também é ponto central para o qual convergem todos os detalhes que nos interessam.

Por outro lado, se ainda temos o objetivo de nosso estudo obter conhecimentos a ser aplicados em nossa graduação e pós-graduação em jornalismo, de modo a atualizar seus conteúdos, adotar a redação integrada aos nossos conteúdos programáticos, certamente adotaremos metodologias da pesquisa-ação, cujo instrumental nos possibilitará avançar no sentido de trazer benefícios para nossos cursos, além de tentar contribuir para o avanço epistemológico em jornalismo digital e áreas conexas.

Jornalismo digital: um novo paradigma da produção de notícias

No Estado da Paraíba, no dia 10 de abril de 2016, após 45 anos, o Jornal da Paraíba, o segundo de maior circulação no Estado encerrou suas atividades, demitindo 120 profissionais⁴. O fato repercutiu entre estudantes, professores, profissionais provocando incertezas e inseguranças com a “morte” do impresso. Sendo que o fim do citado diário paraibano foi apenas mais uma ocorrência que vem se efetivando mundo afora, fato que, segundo Bucci (2012/2013),⁵ ocorre pela tradição de os jornalistas se verem como vendedores de um calhamaço de papel e não provedores de informações essenciais para a

⁴ Disponível em: < <http://www.parlamentopb.com.br/Noticias/?jornal-da-paraiba-demite-120-funcionarios-e-encerra-versao-impressa-07.04.2016> >. Acesso em: 02 de dezembro de 2017.

⁵ Revista Negócios da Comunicação, edição 61, ano 2012/2013.

democracia.

Mesmo concordando com a informação de Bucci, percebemos que a questão é bem mais ampla, pois qualquer jornalismo, somente faz sentido se tiver leitores, cuja conquista, hoje, antes de qualquer coisa, deve partir do entendimento de que se tratam de públicos com novos perfis socioculturais e de consumo informativo. Na verdade, cremos que a classificação “leitor” já esteja ultrapassada. De acordo com Canclini (2008), leitores, espectadores e internautas, juntam-se em uma única forma de nomear, atualizada, pois se trata de uma clientela composta por uma geração que desde a infância aprende a falar, juntando ao seu vocabulário termos como *tablet*, *smartphone*, *wireless*, *upgrade* e *touchscreen*. Do átomo ao bit, essa é a síntese de um processo de mudanças, de quebras de paradigmas que se apresentam aos jornalistas neste exato momento.

A nova onda de públicos mais antenados aos dispositivos conectados, vêm ficando mais altas e fortes a cada dia, tornando-se um problema mais desafiador para o mercado jornalístico conseguir surfar sem cair, particularmente em prejuízos financeiros, nos últimos dois anos, estatística baseada no fechamento de diferentes jornais impressos em todo o mundo, a maior parte aderindo às versões online, os outros fechando.

Porém, assim como o mar sempre gerou suas ondas, e as maiores são mais fáceis de serem percebidas, a avassaladora entrada da vida online na sociedade contemporânea, especialmente no mundo informativo, o historicamente antenado setor das empresas jornalísticas que há mais de dez anos começou a agir, lembrando que as previsões sobre a possível descendência, ou mesmo o fim do jornalismo impresso, fazem parte das preocupações acadêmicas desde o início da década de 1990, conforme conteúdos que encontramos em Dizard (1998).

Para entrar na onda, as empresas midiáticas procuram entrar na revolucionária forma de se fazer jornalismo, dessa nossa era digital, dependente do desenvolvimento da tecnologia, cujo formato, denominado de integrado, ao contar com seus profissionais lado a lado, objetiva a comunicação entre as diferentes plataformas de produção em tempo real, de modo que o produto final, a matéria pautada chegue ao público receptor de forma mais completa, em hipertextos e com muitos recursos visuais multimídias.

Para se entender e avaliar o processo, saber do trabalho que exige múltiplas competências técnicas, descobrir, afinal, o que eles fazem de em termos de inovação é indispensável averiguar um produto final, uma matéria pronta.

Perguntamo-nos se a expressão matéria pronta é realmente apropriada, já que o

trabalho fica muito além daquele elaborado pelo bom jornalismo tradicional, constatação que nos obriga a observar sobre a completude do produto midiático, o qual nos leva a compará-lo a um conteúdo enciclopédico, se tal termo também é indicado para nomear o objeto. O caráter de novidade, de algo revolucionário no campo dos fazeres jornalísticos, realmente, suscita-nos dúvidas em diversas de suas faces, inclusive na semântica.

De qualquer forma, seja para se verificar o teor visual, ou a abrangência informativa de uma ação de redação integrada, sugerimos uma visita, uma navegação, já que estamos falando de uma investigação via web, aos sites. Nesses portais eletrônicos a investigação encontrará diversos exemplos de produtos prontos para consumo, para ler, ver, melhor dizendo: assistir; agora sim, este último termo no infinitivo verbal, cremos, é bastante indicado.

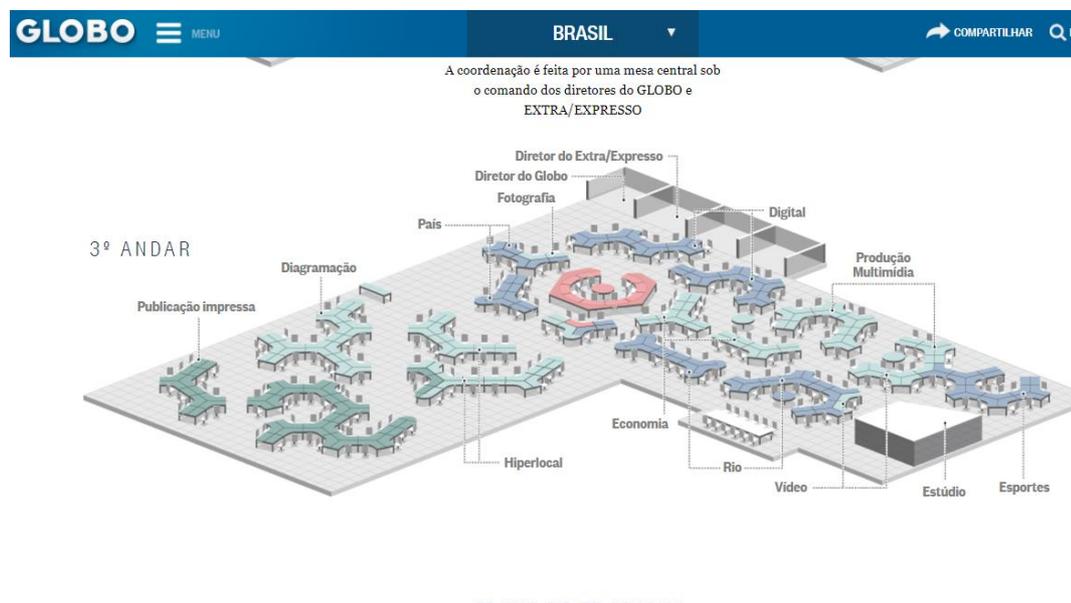
No início da democratização da internet, o que se tinha era apenas uma versão web da edição impressa, ou seja, a mesma forma com que o jornal impresso era publicado, assim também era disponibilizado na internet. Com o passar do tempo, a partir dos avanços dos dispositivos midiáticos, das pesquisas acadêmicas e do investimento empresarial, o jornalismo digital foi ganhando força e hoje a internet não se configura apenas como outra mídia, assim como o próprio jornal impresso se configurou, o rádio e a TV. A internet é um lugar de ambiência midiática e a própria nomenclatura de jornalismo digital abarca toda rotina e produção da redação em sua inteireza. Exemplo: antes da internet a produção jornalística, em questões de tempo e espaço, era bastante demarcada. O profissional que trabalhava para o impresso sabia que o pico de leitura de um jornal era por volta das 06h00 às 09h00, devido a entrega que a empresa fazia do jornal. Após este horário, havia um esfriamento e no turno da tarde a redação voltava a movimentação intensa para preparar o jornal que seria entregue nas casas dos assinantes e nas bancas de revista no outro dia. E assim sucessivamente. Com a chegada e consolidação do jornalismo digital, a rotina de produção e o consumo de informações foram alterados. A sociedade está o tempo todo conectada via dispositivos digitais, consumindo e produzindo informações através das mídias sociais e essa intensidade de uma sociedade informacional requer uma produção diária no ritmo de 24 horas por dia durante os 7 dias da semana. Sendo assim, o jornalismo digital não é mais uma forma de fazer jornalismo, na verdade, é o próprio fazer jornalístico na contemporaneidade, atrelado aos impactos da convergência de conteúdos e a integração de redações, principalmente em grandes conglomerados midiáticos.

Historicamente, podemos situar em 2006 o momento em que os primeiros, entre os

grandes jornais impressos do mundo, começaram a agir concretamente para sobreviver, ou mesmo inovar e crescer, além do jornalismo online como versão de suas edições impressas, adotando, tímida, porém paulatinamente, a integração multimídia, estabelecendo o fim gradativo dos procedimentos paralelos entre suas publicações impressas e online.

Se a medida foi inovadora, surpreendente, marcante e revolucionária para a bem recente da história do jornalismo, não causa surpresa apontar para o célebre *The New York Times* como o diário que saiu na frente, em 2006, conforme informam Silva e Sandonato (2012), inaugurando o movimento que criaria uma tendência a ser seguida por outros grandes jornais de diferentes países, cuja iniciativa básica no ponto de vista operacional foi “espalhar pela redação entusiastas das mídias digitais”. Os mesmos autores também indicam que O Globo foi o primeiro brasileiro que entrou na onda, em 2009, inspirado no modelo do *The New York Times*, principalmente na ação de formar uma equipe especializada eclética, tendo em comum as expertises e paixões para surfar com segurança pelas ondas do campo digital, das mídias via web.

Figura 1 – Modelo de redação integrada do Globo, Extra e Expresso



Fonte: O Globo, 2017

A concretização do processo em 2006, pelo *The New York Times*, mesmo mediante

seu poderio simbólico e financeiro não foi uma decisão concebida automaticamente, mas um projeto pensado ao longo de no mínimo cinco anos, cujo amadurecimento acompanhou lado a lado o avanço do cenário de crise do jornalismo que atingiu diários impressos de todo o mundo, pela chegada das ferramentas online a partir da segunda metade da década de 1990, agravando-se paulatinamente.

Outros grandes diários de diferentes países também vinham procurando sobreviver, repensando suas próprias práxis editoriais. O auxílio veio do *The New York Times*, exposto via web por todo o planeta. A diferença seria a montagem de equipes competentes, tecnologias adequadas.

Ao que parece, até agora somente os mais fortes conseguiram sobreviver nesse novo modelo de negócios não mais baseado exclusivamente na venda de anúncios. Caso do próprio *New York Times*, *The Independent*, *El País* e etc. No Brasil, o Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, O Globo, Extra, Expresso e Zero Hora são exemplos de diários que adotaram a nova forma de se fazer jornalismo denominada de redação integrada, direcionada a dispositivos de recepção que se conectam à internet.

Algumas experimentações acontecem em todo mundo, pois há as especificidades locais, a simples cópia do que se faz em uma ou outra mídia, causa constrangimentos nos profissionais envolvidos, pois se sabe que o caráter de inovação não significa a quebra dos seculares paradigmas da paixão, entrega e compromisso ético que sempre foi motivação e orgulho do fazer jornalístico. Por isso, o desafio particular de cada mídia, em buscar seu próprio modelo de redação, além do contínuo domínio de ferramentas tecnológicas que não param de evoluir.

Na mesma lógica, lembramos que a universidade é lugar, por natureza e competência, para experimentos, ousadias do “fazer saber”, quando o saber fazer empírico acontece no mercado de trabalho.

Configuramos nossa pesquisa como um estudo de caso com alguma amplitude, olhares para diversas e relevantes mídias informativas em formato digital, e seus produtos que utilizam a redação integrada, com o propósito de conhecer, analisar e contextualizar seus processos de convergência jornalística, práxis editoriais, técnicas imagéticas infográficas, identificar e interpretar as reconfigurações nos processos produtivos dos jornais, aqueles de gênese impressa, ou mesmo as mídias que já nascem em formatos digitais.

Nossos esforços investigativos tratarão de indicar e analisar as transformações do

fazer jornalístico em nossos tempos, uma atividade que surge como mais uma das reinvenções da contemporaneidade, com novas linguagens que instigam análises também atualizadas, ações que também tentaremos realizar.

Procuraremos traçar um mapa, das práticas e perfis das dinâmicas ciberjornalísticas que tanto mudaram a rotina do trabalho dos profissionais midiáticos, seus perfis e formas de capacitação; estudar e explicar os modelos de multiplataformas utilizados.

Esperamos conseguir reunir elementos temáticos dos objetos investigados, oferecendo-os para novas reflexões, pois definimos o processo, tanto na sua configuração genérica como nos seus detalhes, em função das transformações estruturais do jornalismo contemporâneo, um conjunto de subsídios, portanto, para discussões mais atentas, seja com propósitos acadêmicos ou para contribuir com o mercado.

A adaptação do curso de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba

O curso de Comunicação Social foi criado em 1977 nos âmbitos da UFPB. O então reitor, professor Lynaldo Cavalcanti, criou um grupo de trabalho para a implantação do curso, composto pelos professores Arael Costa, Osvaldo Trigueiro, Milton Paiva, Altimar Pimentel, e os senhores Gonzaga Rodrigues e José Paulino.

Passados 40 anos, hoje o curso de jornalismo apresenta um projeto político pedagógico (PPP) que possui em sua matriz curricular disciplinas obrigatórias e optativas. Dentre as disciplinas obrigatórias estão as oficinas de impresso, radiojornalismo, telejornalismo e webjornalismo, conforme observa-se na figura 2:

Figura 2 – Matriz curricular do curso de jornalismo da UFPB



Fonte: UFPB, 2017

É importante ressaltar que, com a última alteração no currículo feita em 2016, foi incluída as seguintes disciplinas: Jornalismo Multiplataforma 1 (5º período) e Jornalismo Multiplataforma 2 (6º período). E a disciplina de Webjornalismo que está aparecendo no 5º período foi excluída porque no 7º período já existe a Oficina de Webjornalismo.

Salientamos também que todas as oficinas, sendo Oficina de Jornalismo Impresso (4º período), Oficina de Radiojornalismo (5º período), Oficina de Telejornalismo (6º período) e Oficina de Webjornalismo (7º período) são oferecidas em 150 horas e 10 créditos, ou seja, os alunos participam dessas oficinas duas vezes por semana.

Na UFPB, o curso de jornalismo disponibiliza dos laboratórios para atender individualmente a demanda de cada oficina. O laboratório de Jornalismo Impresso conta atualmente com 18 notebooks, os quais são disponibilizados aos alunos para atender a necessidade de produção das notícias que são publicadas no periódico conhecido como Questão de Ordem (QO).

Imagem 1 – Reunião de pauta para produção do jornal Questão de ordem



Fonte: Autoria própria

O laboratório de Radiojornalismo, que por muito tempo foi coordenado pelo professor Carmélio Reinaldo, apresenta uma estrutura de computadores fixos nas bancadas. Os alunos do 5º período do curso de jornalismo produzem semanalmente para o programa de rádio denominado de “Espaço Experimental”, que vai ao ar pela rádio estatal Tabajara AM.

Imagem 2 – Alunos do 5º período produzindo o Espaço Experimental



Fonte: Autoria própria

Existe também um grande estúdio de TV, a qual os alunos produzem o telejornal dentro da Oficina de Telejornalismo. O projeto prático desta oficina chama-se de Sala 221⁶, no qual os alunos são divididos em grupos para produção do telejornal, que sempre é disponibilizado nas plataformas digitais.

E por fim, há o laboratório de Webjornalismo, que inicialmente seria o ambiente para o funcionamento da redação integrada. No momento, são 6 computadores conectados à internet e é nesse ambiente que as aulas, a produção e as palestras acontecem. E não só a oficina de Webjornalismo, mas as disciplinas de Jornalismo Multiplataforma 1 e 2.

⁶ Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/Sala221UFPB> >. Acesso em 02 de dezembro de 2017.

Imagem 3 – Laboratório de Webjornalismo



Fonte: Autoria própria

A internet não é uma realidade paralela, mas é a constituidora da nossa própria realidade. Então é por essa questão que a oficina de Webjornalismo faz jus ao saber/fazer do jornalismo e de suas configurações no ambiente digital.

Sabemos que desenvolver o jornalismo na web é muito mais do que transpor um texto para a internet. Desenvolver o Webjornalismo requer estar atento às reconfigurações das práticas jornalísticas atravessadas pelas lógicas da internet. Por isso que, reforçamos para os nossos alunos que, o objetivo maior desta oficina é entender, desenvolver um senso crítico e praticar um jornalismo colaborativo, interativo, multimidiático e multiplataforma.

Diante do cenário político, econômico e acadêmico que nos apresenta é um desafio para nós termos a estrutura que já temos e sabemos que está bem distante da realidade do mercado que se (re)inventa a cada dia, mas temos consciência que o jornalismo está em constante mutação e a academia não pode ignorar esse ritmo acelerado da comunicação

midiática.

Alguns apontamentos

A redação integrada é um longo processo. Não se concretiza uma redação integrada da noite para o dia. Pois, conforme Salaverria (2003), é um processo que envolve as dimensões empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa.

E como resultado de trabalho apresentado ao VI Colóquio e Semiótica das Mídias em Japaratinga, entre os dias 25 a 29 de setembro de 2017, a proposta deste artigo resultou em um diálogo entre os participantes do GT 5 – “Questões epistemológicas e circulação” que para se ter redação integrada nos cursos de graduação é necessário se ter uma convergência, não só de disciplinas, mas também de professores.

Até então, muitos professores abraçam suas disciplinas para atender a forma como ela lhe foi proposta. E, cada professor e professora imprime-lhe o plano de docência adequado às suas respectivas áreas de trabalho. Mas a natureza de uma redação integrada é um ambiente que requer, bem antes de derrubar parede, o rompimento de barreiras de pensamentos.

Os docentes precisam trabalhar articulados uns com os outros, de modo que os conteúdos propostos pelas oficinas transitem em diferentes ambientes midiáticos, articulados com linguagem e produção de conteúdos para o impresso, para o rádio, a TV e as plataformas digitais conectadas à internet. Faz-se necessário criar plano de trabalhos colaborativos entre os professores para uma boa articulação da redação integrada no curso de graduação.

Enquanto professores de jornalismo e autores deste trabalho, sabemos que há muito caminho para prosseguirmos, mas o fazer pensar nos proporciona o impulso devido da articulação das ideias e o fazer da prática jornalística.

E concluímos reafirmando a emergência da redação integrada no curso de jornalismo da UFPB, pois o jornalismo digital é um jornalismo *continuum*, ou seja, uma prática mais profunda do que o dito “superficial” da rede. Já ouvimos muita gente dizer que o “jornalismo de internet” é um jornalismo raso. Pelo contrário, a internet já se configura como o ambiente do aprofundamento jornalístico e multiplicidade de plataformas para o abastecimento de conteúdos.

A implantação da redação integrada não requer apenas a compra de equipamentos,



mas faz-se necessário uma convergência nos moldes de Salaverría. É preciso na academia a convergência de conteúdos, midiática, docente e estrutural.

Referências bibliográficas

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital**: dez anos de web... e a revolução continua. Comunicação e Sociedade, vol. 9-10, 2006. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewFile/4751/4465>, Acessado em: 4 de dezembro de 2017.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia, **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DIZARD Jr., Wilson. **A Nova Mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 2ª ed. trad. Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Manual de jornalismo na internet**: conceitos, noções práticas e um guia comentado das principais publicações jornalísticas digitais brasileiras e internacionais. Salvador: UFBA, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/fontes_manuais.htm> Acessado em: 2 de dezembro de 2017.

Modelo de redação integrada do Globo, Extra e Expresso. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/o-globo-extra-expresso-se-integram-em-uma-redacao-multimidia-20840004>> Acesso em: 04 de dezembro de 2017.

SALAVERRIA, Ramón. **Convergencia de medios**. Revista Latinoamericana de Comunicacion. Março 2003. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/>>. Acessado em: 14 abr. 2016.

SILVA, Carlos Eduardo; SANDONATO, Nathalia. **Convergência das mídias**. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/nathisandonato/convergencia-das-mdias-12284415>>. Publicado em: 04 abr. 2012. Acessado em: 14 abril. 2016.