



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

QUANTAS LETRAS TEM A LUTA?

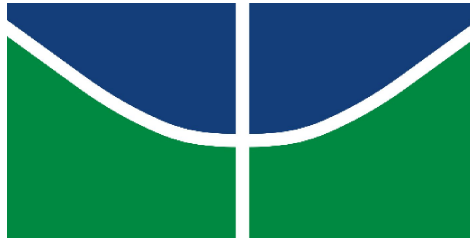
Uma reportagem sobre a alfabetização de jovens e adultos no Paranoá e Itapoã

Ana Carolina Azevedo Fonseca

Orientadora: Professora Dra. Márcia Marques

Brasília

2/2017



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

QUANTAS LETRAS TEM A LUTA?

Uma reportagem sobre a alfabetização de jovens e adultos no Paranoá e Itapoã

Ana Carolina Azevedo Fonseca

Orientadora: Professora Dra. Márcia Marques

Memorial descritivo do produto apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Brasília

2/2017

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Memorial descritivo do produto apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Quantas letras tem a luta?
Uma reportagem sobre a alfabetização de jovens e adultos no Paranoá e Itapoã

Ana Carolina Azevedo Fonseca

Banca examinadora:

Prof^ª. Orientadora Dra. Márcia Marques

Prof^ª Dra. Rafiza Varão

Prof^ª. Dra. Liliane Machado

Suplente: Prof^a. Dra. Dione Moura

Brasília, dezembro de 2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Marcia; ao meu pai, Luiz Guilherme; e à minha irmã, Bia. Obrigada pelo amor e apoio diários, pelo incentivo à leitura desde pequena, pelo cuidado e também pelas risadas. Aos meus avós, por fazerem de suas casas meus segundos lares. Tenho muita sorte de tê-los e espero deixar vocês muito orgulhosos. Aos meus tios, tias e primas, obrigada por todo o carinho.

Aos amigos que me acompanham e acolhem há anos, especialmente à Ana Caroline Tavares, Marina Oliveira e Amanda Suda, e ao resto dessa nossa família. Obrigada por tudo.

Aos amigos de faculdade, que fizeram estes cinco anos incríveis ainda melhores. Tatiana Vaz, Paula Pontes e Elisa Souza, companheiras de todas as horas. Adalberto Sampaio, Rebeca Garcia e Raphaele Caixeta, obrigada pelo apoio e inspiração.

À minha orientadora, Márcia Marques, por ter aceitado encarar este projeto comigo mesmo muito antes dele tomar forma. Obrigada pela paciência, pelo incentivo e pelo conhecimento compartilhado. Agradeço também aos outros professores da Faculdade de Comunicação que foram essenciais para o meu aprendizado.

E às educadoras e alfabetizadoras (do Cedep e de tantos outros lugares) que lutam pela educação de qualidade e pelo direito de cada um de ler e escrever; em especial à Lourdes, mulher incrível e inspiradora.

RESUMO

Este projeto é uma reportagem sobre as iniciativas de educação popular para a alfabetização de jovens e adultos no Paranoá e Itapoã, regiões vizinhas que, somadas, têm a maior taxa de analfabetismo do Distrito Federal. O objetivo é relatar a realidade e as dificuldades das educadoras, além da história da luta pela fixação no Paranoá. O projeto explora também as ferramentas e potencialidades do jornalismo na web e para a web. O objeto deste estudo é, principalmente, os modos de produção e produto do jornalismo online, contando com recursos multimídia e as formas de interatividade com o leitor.

Palavras-chave: jornalismo; webjornalismo; jornalismo online; Cedep; alfabetização.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Reportagem	10
2.2 Newsmaking	10
2.3 Jornalismo online e webjornalismo	11
2.4 No Brasil	12
2.5 Os veículos new media	13
2.6 Multimídia e recursos do digital	13
2.7 A relação com o leitor	16
2.8 O jornalismo longform	16
3. CONTEXTUALIZAÇÃO	17
3.1 Alfabetização no Brasil	18
3.2 Estatísticas	20
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	21
4.1 A pauta	21
4.2 O processo produtivo	22
4.3 Produção do Conteúdo	23
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo é impactado diariamente pelo avanço da tecnologia, tanto no processo de produção quanto no produto. Câmeras, microfones, gravadores, satélites... São diversas as ferramentas que possibilitam o fazer da notícia, mas há um elemento que se destaca: hoje, é impossível pensar na notícia sem considerar a internet.

Mesmo os veículos impressos, de televisão e de rádio têm uma presença virtual. É possível ter as dezenas de páginas da edição de um jornal na palma da mão, abrir um vídeo transmitido ao vivo da Austrália com poucos cliques. Todos os veículos tradicionais e empresas de comunicação precisaram se adaptar à nova realidade; como este é um processo cotidiano, ainda há muito a ser descoberto.

No início, o conteúdo das mídias tradicionais era apenas transposto para as páginas da web. Hoje, isso é uma necessidade básica, mas agora atingimos um patamar em que já existem conteúdos criados com exclusividade para a internet, considerando todas as particularidades que a potenciam.

Assim, o jornalismo passou não só por uma transformação no meio em que é transmitida a notícia, mas também no modo de produção. Com a internet, surgiram ferramentas para auxiliar o processo de fazer a notícia. E até as ferramentas antigas foram aprimoradas.

Além disso, a internet veio como um meio de conectar produtores, produto e público – de forma quase ilimitada. As possibilidades de conexão são variadas. E o mais importante é que o leitor passa a ter um papel mais ativo. Isto porque o meio permite a interatividade: o leitor comenta, critica, envia conteúdo, tudo em tempo real.

A web tem características próprias que alteram o processo e o produto do fazer jornalístico. Para compreender esse panorama, é importante entender as linguagens da web, destacadas por Marques (2017) como a AV3 (AnimaVerbiVocoVisualidade), as combinações possíveis entre texto, imagem, som ou vídeo; a linguagem algorítmica (da programação de computadores); e a web semântica, definida como o produto final, ou seja, a união das outras linguagens.

Todos esses elementos levam a um novo contexto de produção e produto jornalísticos, no qual a internet é o fator central que permite a criação e divulgação da notícia. Esta pesquisa pretende compreender, na prática, a produção de um produto jornalístico para a web.

A principal motivação para a escolha deste tema e a realização deste trabalho é a vontade de entender possibilidades de funcionamento do webjornalismo e como o jornalismo se adapta a novas realidades, ou seja, à presença constante da internet como ferramenta de conhecimento e informação na sociedade.

Como parte de uma geração que conheceu o mundo pouco antes da internet ganhar tanto espaço, fico intrigada com as perspectivas que ela traz para a produção jornalística. E como leitora ávida de notícias no meio digital, sempre me encontro comparando os veículos, analisando como cada um utiliza o ciberespaço para produzir a notícia e quais são os resultados.

Esses fatores me motivaram não só a escolher o jornalismo na web como tema, mas também a fazer deste projeto um experimento. Percebi que seria importante para o meu processo de formação profissional ter, além do conhecimento teórico, a vivência do processo produtivo do webjornalismo. Defini, como objetivo primário, identificar e entender possibilidades de produção jornalística no ciberespaço, examinando o uso de recursos multimídia, jornalismo de dados e linguagens da internet, por meio da experimentação com a produção de uma grande reportagem feita para ambientes digitais.

Além disso, esta é a área com a qual gostaria de trabalhar no futuro, tanto no meio acadêmico quanto no mercado de trabalho. A internet já está intrinsecamente ligada ao futuro do jornalismo. Precisamos entender como essa relação se dá para que possamos criar e desenvolver outras possibilidades de produção jornalística.

O tema escolhido para a produção da reportagem é a alfabetização de jovens e adultos dentro do contexto da educação popular. Esta pauta teve origem quando assisti a uma reportagem que revelava o uso de “laranjas” em esquemas de corrupção. Muitas dessas vítimas são analfabetas ou têm baixa escolaridade.

À época, eu cursava a disciplina optativa “Introdução à Linguística”, e me interessei por temas relacionados ao preconceito linguístico. Parte do trabalho na disciplina tinha como foco o entendimento de que a língua portuguesa vai muito além das regras gramaticais e que é uma representação do nosso povo e nossas diferenças (não só culturais, mas socioeconômicas também).

A partir dessas experiências, passei a perceber a língua e a leitura como instrumentos de cidadania e também de liberdade. A falta de acesso à educação básica de qualidade, entretanto, ainda faz parte da realidade do Brasil, e este é um tema que precisa ser abordado.

A reportagem parte de um caso específico — o trabalho das educadoras do Centro de Educação e Cultura do Paranoá (Cedep) — para tratar do problema social que ainda afeta mais de 14 milhões de pessoas no país, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2015 (Pnad).

O acesso precário à educação resulta na perda de oportunidades na vida adulta e, principalmente, restringe os direitos, visto que muitas vezes impede ou limita a participação cidadã. A alfabetização, portanto, pode ser vista como um instrumento de inclusão social, econômica, política e cultural.

Que ainda existam tantas pessoas analfabetas na vida adulta e que as oportunidades para a educação de jovens e adultos sejam tão escassas é uma falha grave das políticas públicas de educação. A Constituição de 1988 garante aos jovens e adultos o direito ao ensino fundamental (público e gratuito), além do ensino suplementar para todos, mas a realidade mostra uma situação bem diferente.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Reportagem

De acordo com Guirado (2004), a reportagem pode ser definida, primeiramente, como uma matéria jornalística mais longa. Além disso, trata de um tema a ser investigado a fundo, “pesquisado até o desenlace da questão ou até o seu esgotamento” (GUIRADO, 2004, p. 22). Ainda segundo a autora, esse gênero do jornalismo tenta responder aos interesses sociais.

Jorge (2012) traz quatro definições de reportagem, a partir da origem no inglês *to report*, que significa narrar. Entre elas, a de um produto com objetivo de aprofundamento em um determinado assunto e como passo inicial para um debate. A autora também afirma que a reportagem trata de fatos do interesse coletivo e é uma ampliação da notícia.

Outra característica a ser destacada da reportagem, de acordo com Canavilhas e Baccin (2015), é a possibilidade de experimentação e de transmissão diferenciada do fato.

2.2 Newsmaking

O newsmaking pode ser definido como um estudo do processo de produção da notícia e também como uma abordagem de pesquisa que trata da “cultura profissional dos jornalistas e organização do trabalho e dos processos produtivos” (WOLF, 1985, p. 82). É, principalmente, as conexões entre esses aspectos. Nesse processo, há dois lados, um que engloba os códigos, símbolos e convenções da referida cultura, e outro relativo às convenções profissionais, isto é, o conjunto de fatores que determinam a relevância (noticiabilidade) dos acontecimentos, segundo Wolf (1985).

A notícia seria também o “produto de uma organização, sujeito portanto a condições específicas de produção, e o jornalismo como uma cultura profissional derivada de tais práticas” (TRÄSEL, 2009, p. 7).

O jornalismo é um campo em constante transformação, dependente dos meios e das épocas. “As exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas próprias de cada meio de comunicação de massa são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos mass media” (WOLF, 1985,

p. 81). Por esse motivo, é fundamental para essa pesquisa caracterizar o meio que estamos tratando (a web) e as diferentes formas que o jornalismo ganha no ciberespaço.

2.3 Jornalismo online e webjornalismo

Com a chegada da internet, o jornalismo precisou passar por transformações tanto no produto quanto no processo produtivo, conceito reforçado por Tuchman (2002, p. 78, tradução livre): “Com mudanças nos frameworks tecnológicos e econômicos, além disso, veio um novo conjunto de circunstâncias para a produção e circulação de notícias na sociedade”. Sobre o primeiro aspecto, Pavlík aponta que a informação antes era produzida em ciclo e, agora, a ideia do *deadline* deixa de existir porque o funcionamento é em tempo real (MOREIRA; PAVLÍK, 2000). Prevendo outras mudanças causadas pelo avanço da tecnologia no jornalismo, Pavlík cita o modo como o trabalho é feito pelos jornalistas.

Este é um conceito trabalhado também por Canavilhas (2006), que cria distinções entre tipos diferentes de jornalismo no meio digital: o jornalismo online e o webjornalismo. “No primeiro caso, as publicações mantêm as características essenciais dos meios que lhes deram origem” (CANAVILHAS, 2006, p. 2). É o que o autor chama de transposição de um modelo já existente para um novo suporte, com o acréscimo dos hiperlinks e da atualização constante.

Já o webjornalismo ou ciberjornalismo vai além, “com base na convergência entre texto, som, imagem e movimento” (CANAVILHAS, 2001, p. 1), ferramentas com as quais se torna possível explorar as potencialidades do meio, criando um produto novo, que o autor chama de webnotícia. Machado (2002) complementa o conceito afirmando que as redes têm a capacidade de formar um modo diferente de jornalismo, no qual todas as etapas da produção da notícia já ocorrem dentro do ciberespaço.

Nesse sentido, consideramos a ótica trazida por Machado (2002) de que o computador, nas redações, tem uma função assistencial, secundária, pois é usado como processador de texto. Aos poucos, ganha outras funções, mas ainda é subutilizado. Na visão do autor, um outro uso das máquinas levaria a uma alteração das etapas da produção jornalística.

Canavilhas (2006) ressalta ainda a dificuldade de encontrar um modelo de negócio viável para essa nova fase do jornalismo e, conseqüentemente, de encontrar profissionais qualificados. O autor reafirma as principais dificuldades do webjornalismo como as

financeiras, questão relevante mesmo dez anos depois da publicação da pesquisa. Canavilhas aponta três modelos que já foram testados pelos portais de notícia: o pagamento pelo acesso; acesso gratuito mas com cadastro no site (a publicidade dirigida é a fonte de renda); e acesso irrestrito (o financiamento depende de publicidade e venda de conteúdo). Os últimos anos viram não só a diminuição de investimento nas redações como também a diminuição delas, passsaralhos e fechamento de sucursais.

Em relação ao novo formato que a internet possibilita, Machado (2002) argumenta que a arquitetura descentralizada do ciberespaço torna desnecessário o modelo clássico; a presença dos jornalistas no local não é mais necessária, e, assim, a redação se torna um “centro de gravidade para onde converge o fluxo de matérias enviadas” (MACHADO, 2002, p. 8). Ou seja, um modelo em que todas as etapas de produção (e não só a publicação em si) passam pelo ciberespaço, incluindo as ferramentas multimídia.

A web permitiria, então, a notícia e o jornalismo em permanente evolução, “ao mesmo tempo mutável (oscilante, sujeita a mutações) e mutante (sempre em mudança)” (JORGE, 2013, p. 11 apud CANAVILHAS; BACCIN, 2015, p. 11).

2.4 No Brasil

Barbosa (2001) aponta que o primeiro jornal a ter uma edição online no país foi o Jornal do Brasil, em maio de 1995. A autora ainda destaca que os grandes veículos brasileiros fizeram a transposição das edições impressas para web antes de perceberem que o meio virtual criava novas possibilidades de processo e produto.

Benigno Neto (2008, p. 7) aponta que, no início do jornalismo na web no Brasil, a transposição das notícias era o meio de produção predominante, “sem uma preocupação de encarar a Internet como uma outra mídia”. Segundo o autor, a utilização de recursos multimídia era pequena porque a conexão com a internet era lenta. Assim, podemos observar que a demora para a fazer a transição entre o jornalismo online e o webjornalismo foi causada parcialmente por limitações na tecnologia.

Embora o jornalismo na internet já tenha mais de 20 anos no Brasil, sua atuação ainda pode ser considerada incipiente (HERSCOVITZ, 2009). Ou, em outra definição complementar, “um dos principais desafios do jornalismo atual é a adequação do conteúdo jornalístico a um panorama tecnológico em constante processo de inovação” (LIMA JUNIOR;

BARBOZA, 2015, p. 243). Os autores apontam ainda que o desafio pode ocorrer tanto na produção do conteúdo quanto na forma de apresentação.

Na análise de quatro grandes portais brasileiros¹, Herscovitz (2009) notou a predominância de temas econômicos e a “ausência de temas relacionados à educação, meio ambiente e bem-estar social” (HERSCOVITZ; 2009, p. 1). As notícias sobre economia verificadas na pesquisa têm escrita mais técnica e especializada, restringindo a audiência. Nesse sentido, os portais online parecem seguir o padrão dos jornais impressos, que ainda trazem conteúdo inacessível para boa parte da população.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, embora a televisão ainda seja o meio de comunicação mais usado do país com intuito informacional (63% dos entrevistados citaram primeiro a TV e 89% escolheram a TV como segunda opção, sendo que 77% de todos os entrevistados assistem à televisão com frequência diária), a internet ganha espaço. De acordo com a pesquisa, a internet é citada como principal fonte de informação por 26% da amostra e como secundária por 49%. Além disso, metade das pessoas entrevistadas usam a internet todos os dias. Assim, podemos perceber a crescente importância da internet como ferramenta de comunicação no Brasil e, conseqüentemente, no jornalismo brasileiro.

2.5 Os veículos new media

New media é um termo que, apesar de não tratar especificamente do jornalismo, pode se aplicar à área e é definido como a “convergência entre computadores, telecomunicações e os meios tradicionais de comunicação” (PAVLÍK, 2001 apud HOLANDA, 2015, p. 28). Na adaptação da autora brasileira para sua pesquisa, ela utilizou no estudo o conceito para definir veículos surgidos dentro do contexto da internet, novos e frutos da era digital. Estes veículos incorporam ainda características fundamentais que marcaram os anteriores, como o newsmaking, mas acrescentam à produção jornalística as novas ferramentas possibilitadas pelo ciberespaço.

É possível traçar aqui um paralelo com as transformações apontadas por Tuchman anteriormente, que resultaram em um novo grupo de circunstâncias que determinam a produção da notícia, assim como a circulação dela. Os veículos new media, então, se

¹ Foram analisados os portais UOL, Estadão, iG e Terra durante 15 dias entre fevereiro e março de 2008, totalizando 432 matérias.

diferenciam dos veículos tradicionais tanto pela origem quanto pela atuação no mercado jornalístico.

Como aponta Holanda (2015), uma característica comum entre os veículos new media é a linha editorial bem delimitada, com menos objetividade e imparcialidade que a mídia tradicional. Segundo Pavlik (2001), a new media teria quatro áreas de impacto no jornalismo: “a natureza do conteúdo, a forma de trabalhar dos jornalistas, a estrutura da redação e da indústria de mídia e a forma como jornalistas se relacionam com o público e vice-versa” (apud HOLANDA, 2015, p. 28).

2.6 Multimídia e recursos do digital

Neste trabalho, vamos entender multimídia como os diversos recursos que podem ser implementados no processo jornalístico, como foto, vídeo, áudio, hiperlink, infografia. Ou seja, a incorporação de ao menos mais uma forma de comunicar dentro do texto jornalístico (ou da webnotícia).

Um conceito importante é o de AV3 (AnimaVerbiVocoVisualidade), como trabalhado por Miranda e Simeão (2014), que o descrevem como um tipo de linguagem formada pela convergência tecnológica, com forte hibridismo de formatos, integrando os sentidos. O AV3 torna a informação mais complexa e ao mesmo tempo mais atraente para o leitor, pois cria uma integração dos sentidos. Além disso, os autores do conteúdo o criam de uma forma multidimensional.

Holanda (2015, p. 39) resume a AnimaVerbiVocoVisualidade como uma convergência de técnicas e ferramentas: “transpondo especificamente para o jornalismo, podemos interpretar o AV3 como a síntese dos diferentes formatos multimídia e de formas de discurso”. O resultado é a construção de “uma forma mais ampla, complexa e completa”.

Canavilhas (2001) é outro autor que ressalta a importância dos recursos multimídia no jornalismo. Ele aponta que o uso dessas ferramentas altera o processo de produção da notícia para os jornalistas e ainda tem um impacto forte na leitura.

O uso de AV3, embora não se refira especificamente ao jornalismo mas à criação de conteúdo num modo mais amplo, se relaciona fortemente com os conceitos de webjornalismo trazidos anteriormente. A ligação por hiperlinks, a combinação de várias mídias na construção de um mesmo conteúdo, a mobilidade e atualização constante (MIRANDA; SIMEÃO, 2014);

todos esses elementos são comuns ao AV3 e à noção de webjornalismo como tratada aqui, principalmente considerando um fator de ligação: a interatividade com o usuário, que tem liberdade para construir uma narrativa de acordo com seus comandos e cliques.

Essa conexão entre os elementos é o que Bertocchi (2006) chama de tríplice exigência: na narrativa no ciberespaço, os jornalistas devem considerar o hipertexto, a multimídia e a interatividade. Essas características são, para a autora, necessárias para a produção da narrativa jornalística específica para a web.

O uso de recursos multimídia de modo geral pode ser um grande auxílio no que Pavlík chama de “jornalismo contextualizado”, uma nova forma de narrativa, que inclui, entre suas características, o conteúdo dinâmico, a personalização, os hiperlinks e a interação com o leitor (2001 apud HOLANDA, 2015, p. 34-35).

Pavlík aponta ausência de tradição de criação de conteúdo multimídia nas redações; isto foi há 15 anos, mas ainda acontece. O autor ainda menciona que as redações não tinham recursos ou capacitação para transformar o conteúdo em multimídia (apud HOLANDA). Já Filloux (2013 apud BARBOSA; NORMANDE; ALMEIDA, 2014, p. 2) afirma que as empresas jornalísticas precisam evoluir e se tornar plataformas de notícias multimídia; isto resultaria em uma mudança até na estrutura da redação, que seria mais dinâmica.

A escassa utilização de recursos multimídia no jornalismo online brasileiro é um ponto de atenção, como indicado por Herscovitz (2009, p. 12): “Os portais brasileiros estão longe de oferecer aos usuários um jornalismo online interativo com vibrante conteúdo multimídia”. Por exemplo, a pesquisa descobriu que hiperlinks dentro dos textos são pouco usados (média de 2,66 links por matéria), com pouca incidência de arquivos para dar ao leitor uma contextualização. Mesmo com os benefícios da tecnologia para a produção jornalística, ainda podemos considerar que o webjornalismo ainda não faz uso completo das novas linguagens para melhorar a narrativa (LIMA JUNIOR; BARBOZA, 2015).

Um fator importante que influencia a produção do webjornalismo é o sistema para publicação de conteúdos, que é fundamental tanto para o processo dentro das redações quanto para o resultado que o leitor vê nas telas. De acordo com Weiss e Schwingel (2008), esses sistemas ajudam o processo de produção do ciberjornalismo no sentido de que facilitam o envio e publicação de textos (e outros recursos). Por outro lado, “dificultam tal processo devido às limitações e restrições previamente estabelecidas no sistema, ou seja, as funcionalidades programadas em seu desenvolvimento e implementação” (WEISS;

SCHWINGEL, 2008, p. 108). Por este motivo, tem se tornado cada vez mais necessário o domínio da linguagem algorítmica por profissionais da comunicação e do jornalismo. Esta linguagem, uma das três da internet, como aponta Marques (2017), é a que está por trás de toda tecnologia. Ela funciona por meio de algoritmos, conjuntos de instruções, como uma receita.

Essas limitações vão além do conteúdo: outra característica importante é que os Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo (CMS, sigla em inglês) influenciam na visualização da página (WEISS; SCHWINGEL, 2008). Esse fator seria especialmente importante em matérias que fazem maior uso dos recursos multimídia.

Os limites do uso dos CMS podem ter origem na dificuldade de comunicação entre os desenvolvedores do sistema e os jornalistas. Segundo Lima Junior e Barboza (2015), a atuação dos departamentos de jornalismo e de tecnologia nas empresas é separada, até no espaço físico: “É necessário e imprescindível que trabalhem em conjunto, seguindo uma das principais tendências do mercado de tecnologia e informação: a multidisciplinaridade” (LIMA JUNIOR; BARBOZA, 2015, p. 260).

2.7 A relação com o leitor

Um aumento no número de recursos interativos e de bases de dados na composição da infografia cria um produto específico para cada usuário, segundo Cairo (2008 apud BARBOSA; NORMANDE; ALMEIDA, 2014, p. 5-6). Canavilhas (2006, p. 2) aponta que a combinação de “palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações” permite ao leitor escolher o próprio percurso de leitura. Isto é, as possibilidades de utilização de recursos, principalmente multimídia, resultam em um produto jornalístico mais próximo do leitor.

Para o jornal norte-americano The New York Times, um dos passos para reverter a queda de receita e melhorar o site é o foco na qualidade da experiência do leitor online, segundo Pedrosa (2015). Ainda de acordo com a autora, o jornal tem cinco áreas diretamente relacionadas a esse esforço: design digital, tecnologia, compreensão do consumidor, pesquisa e desenvolvimento, e produto. Esse último departamento é o responsável por fazer a “ligação entre o setor de negócios e a redação, combinando tudo o que foi feito pelas áreas listadas acima em uma única experiência, centrada no internauta” (PEDROSA, 2015, p. 51), a ponte

que resolveria os problemas de comunicação entre desenvolvedores e jornalistas, mencionado por Lima Junior e Barboza (2015).

2.8 O jornalismo longform

Com maior disponibilidade de recursos e espaço (a um preço barato), a internet se tornou um meio ideal para o chamado jornalismo longform, que traz um nível mais profundo da narrativa, gerando comparações aos textos de revistas ou do movimento new journalism. Inicialmente, o jornalismo na internet seria tomado por notícias fragmentadas e curtas, mas ao longo dos anos os textos mais longos e aprofundados ganharam espaço (LONGHI; WINQUES, 2015). Como apontam Longhi e Winkes (2015, p. 113), “o texto longo se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização e aprofundamento”. Essa característica poderia representar não só uma mudança nos padrões de consumo dos leitores, como uma mudança também na rotina produtiva dos jornalistas.

Na internet, o longform tem ainda a adição dos elementos multimídia, que podem realçar o artigo, segundo Fischer (2013 apud LONGHI; WINQUES, 2015, p. 112). Assim, Longhi e Winkes (2015) usam o termo “grandes reportagens multimídia” para caracterizar o gênero. Essa pesquisa mostra uma proximidade maior do webjornalismo com os recursos multimídia, fazendo um contraponto com Herscovitz (2009), que, na época, encontrou poucos casos de textos complementados por infografia, vídeos ou links.

A popularidade dos dispositivos móveis, que aumentam a portabilidade e facilidade de leitura, seria um dos fatores que contribui para o crescimento do longform (LONGHI; WINQUES, 2015). Como aponta Herscovitz (2009), as inovações tecnológicas continuam emergindo e transformando a relação das pessoas com a mídia.

O longform faz parte de uma crescente presença do jornalismo investigativo dentro do online, presente principalmente nas “organizações jornalísticas nativas do digital tais como Vox, The Huffington Post, Vice, Buzz Feed” (LONGHI; WINQUES, 2015, p. 114). Mesmo assim, jornais tradicionais (com origens no impresso) também adotaram o modelo, como o The New York Times e A Folha de São Paulo, ainda segundo a pesquisa de Longhi e Winkes (2015).

3. CONTEXTUALIZAÇÃO

A Unesco publicou, em 2008, uma espécie de manual da alfabetização de jovens e adultos no Brasil, com levantamento do semestre anterior com projetos de todo o país. No documento, alfabetização é definida como o desenvolvimento das habilidades de leitura e escrita, não só pela prática em si, mas pelas possibilidades de aproveitamento da cultura letrada como forma de consolidar identidades sociais e culturais dos indivíduos, melhorias na qualidade de vida e inserção na cidadania.

A organização também sustenta que a alfabetização, além de ser uma necessidade elementar, também recai como dever do Estado, já que, constitucionalmente, todos têm direito à educação básica pública e gratuita, o ensino fundamental.

3.1 Alfabetização no Brasil

Para a Unesco (2008), a alfabetização no país acompanhou de perto o desenvolvimento do sistema público de ensino e, portanto, foi tardia, com início apenas no século XX. Até então, a educação era restrita às elites, uma minoria da população. O primeiro censo realizado no Brasil foi em 1872 e mostrou que 82,3% da população com mais de cinco anos era analfabeta, mesma proporção vista em 1890, após a proclamação da República, ainda de acordo com a Unesco.

A alfabetização virou parte do discurso de políticos e intelectuais no início do período republicano. Eles “qualificavam o analfabetismo como vergonha nacional e creditavam à alfabetização o poder da elevação moral e intelectual do país” (UNESCO, 2008, p. 24).

Mesmo assim, metade da população ainda era analfabeta até 1950. As oportunidades de acesso à educação em geral eram deficientes. Na época, o voto era proibido para os que não soubessem ler, uma ferramenta de exclusão social e política.

No final da década de 1940 e início da década de 1950 tiveram início os primeiros programas de educação de jovens e adultos: o Serviço de Educação de Adultos do Ministério da Educação, Campanha de Educação de Adolescentes e Adultos (CEAA), Campanha Nacional de Educação Rural e a Campanha Nacional de Erradicação do Analfabetismo. “Inúmeras críticas foram dirigidas às campanhas, devido ao caráter superficial do aprendizado que se efetivava num curto período de tempo e a inadequação dos programas, modelos e materiais pedagógicos” (UNESCO, 2008, p. 25). A agência aponta que não havia consideração com as diferenças regionais nem com as particularidades do adulto.

Na década de 1960, a alfabetização de adultos foi parte de campanhas políticas como estratégia para expandir as bases eleitorais para todas as camadas sociais (UNESCO, 2008). Nesse contexto, o educador Paulo Freire ganhou importância. Ele defendia que o analfabetismo era um produto social resultante de estruturas desiguais e opressoras. A alfabetização, por sua vez, era uma “ferramenta propícia ao exame crítico e à superação dos problemas que afetavam as pessoas e comunidades” (UNESCO, 2008, p. 27), bem como um meio de emancipação do indivíduo e consequente transformação social.

Freire foi exilado do país durante a Ditadura Militar, período no qual os programas de alfabetização de adultos, segundo o documento da Unesco (2008), tinham influência na manutenção e legitimação do regime autoritário. Também nesse período a educação de jovens

e adultos (EJA) passou a ser considerada como ensino supletivo, na reforma educacional de 1971. Neste ano, começou o Movimento Brasileiro de Alfabetização (Mobral), extinto e substituído pela Fundação Educar em 1985 (UNESCO, 2008).

A Constituição de 1988 teve papel importante nas medidas de educação das próximas décadas: concedeu o direito de voto aos analfabetos (facultativo), estabeleceu, para jovens e adultos, o ensino fundamental público e gratuito. Além disso, estabeleceu o governo como provedor da educação básica para todos (UNESCO, 2008).

Pouco depois, em 1990, a Fundação Estudar foi extinta. Com isso, o papel de responsabilidade da alfabetização de jovens e adultos foi descentralizado e passou para os municípios e organizações sociais.

Em 2003 foi lançado o programa Brasil Alfabetizado do governo federal, que passou a adotar a questão na agenda de políticas nacionais. O programa nacional é apontado como um dos maiores do tipo no mundo e, segundo o MEC, teve mais de 10 milhões de inscritos durante os 13 primeiros anos (TUFANI, 2016).

O objetivo do Brasil Alfabetizado era reduzir as taxas de analfabetismo da população com mais de 15 anos. O funcionamento é descentralizado, com um sistema no qual os municípios solicitam a verba ao MEC.

A Unesco (2008) ressalta que o ingresso e a continuidade dos estudos para pessoas em situações de marginalização (seja social, econômica ou cultural) é difícil. A aquisição das habilidades de leitura e escrita é um processo demorado e que depende também de um contexto sociocultural que estimule o desenvolvimento contínuo.

Por esse motivo, o manual da agência aponta que os programas de alfabetização de jovens e adultos têm mais chances quando se aliam a outros projetos de desenvolvimento, “abrindo oportunidades de elevação de escolaridade, qualificação profissional, fruição cultural e participação cidadã” (UNESCO, 2008).

O manual do órgão da ONU afirma que o governo federal esteve envolvido na elaboração, financiamento e coordenação da maior parte das campanhas de alfabetização, inclusive as lideradas por organizações sociais. No entanto, desde a década de 1990 a execução é parte de um sistema de educação descentralizado, no qual os estados e municípios assumem a maior parte dos jovens e adultos em processo de escolarização.

A Unesco (2008) aponta a falta de financiamento como principal obstáculo para a educação de qualidade de jovens e adultos. Em 2006, de acordo com a organização, apenas

1,3% dos gastos estaduais em educação foram dirigidos ao público jovem e adulto. Por esse motivo, muitas das iniciativas de alfabetização dessa parcela da população são resultados de esforços das comunidades, que conseguem se adapta melhor à diversidade e às necessidades dos alunos.

3.2 Estatísticas

Anualmente, o IBGE divulga os dados da alfabetização no país, medidos pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Os critérios adotados para esse estudo consideram alfabetizada a pessoa “capaz de ler e escrever pelo menos um bilhete simples no idioma” que conhece (IBGE, 2016a, p. 17).

A PNAD 2016 revelou uma queda de 3,1 pontos percentuais na taxa de analfabetismo de pessoas com 15 anos ou mais na última década (2005-2015). A proporção de pessoas que não sabem ler nem escrever passou de 11,6% da população para 8%, equivalente a 12,9 milhões de pessoas. Essa queda foi vista em todas as faixas etárias, mas a população com mais de 65 anos continua com a maior incidência de analfabetismo no país: 27,5% (IBGE, 2016b).

O censo demográfico do IBGE também mede a alfabetização no país. Desde 1950, o levantamento adota duas maneiras de avaliação do quesito: a autoavaliação e a determinação da série ou ciclo escolar concluído, ou seja, o tempo de estudo (UNESCO, 2008).

O último, realizado em 2010, considerou a autoavaliação de respondentes com cinco anos ou mais. Além disso, foram consideradas analfabetas as pessoas que não sabiam ler nem escrever, aquelas que aprenderam mas esqueceram, e as que apenas escrevem o próprio nome.

De acordo com o censo 2010, no país a maior parte da população analfabeta tem mais de 60 anos (26,6%); os analfabetos com idade entre 30 e 59 anos são 9,5% do universo; e os de 15 a 29 anos, 3%.

O analfabetismo funcional é considerado pelo IBGE na elaboração da PNAD como a proporção de pessoas com 15 ou mais que tenham menos de quatro anos de estudo. Em 2015, esse indicador foi de 17,1%.

A PNAD também aponta uma queda no analfabetismo no Centro Oeste. Em 2004, a taxa era de 9,2% dos habitantes. Em 2015, chegou a 5,7%.

As pesquisas sobre o assunto criam ainda uma denominação diferente para as pessoas com menos de quatro anos de estudo: analfabetas funcionais. O termo se refere à “falta de capacidade para fazer uso efetivo da leitura e da escrita nas diferentes esferas sociais” (UNESCO, 2008, p. 61).

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 A pauta

Tema	A alfabetização de jovens e adultos no Paranoá
Histórico/sinopse	O Paranoá é a região administrativa do Distrito Federal com o maior índice de analfabetismo. Nesse contexto, o trabalho do Centro de Desenvolvimento e Cultura do Paranoá (Cedep) atua na alfabetização de jovens e adultos da região (e também do Itapoã) desde os anos 1980.
Enfoque/encaminhamento	Conhecer as histórias das alfabetizadoras que mantém vivo o projeto de educação do Cedep, dando ênfase para a importância do assunto, para as estatísticas e também para a história de luta do Paranoá por condições melhores.
Fontes	Leila Maria de Jesus Maria de Lourdes Pereira
Perguntas	Quantas turmas o Cedep tem de alfabetização de jovens e adultos atualmente? Quanto alunos? Existe apoio do governo? Qual é a metodologia de ensino? Como foi a criação do Cedep?

4.2 O processo produtivo

A escolha do local e pessoas para a entrevista surgiu a partir de conversa com a professora Márcia Marques, que indicou o Centro de Desenvolvimento e Cultura do Paranoá (Cedep).

Com a indicação da professora orientadora, procurei a pesquisadora da UnB e atual presidente do Cedep, Leila Maria de Jesus, mas não consegui retorno. Então, falei por telefone com a Jaqueline, que também trabalha no Centro. Ela sugeriu que eu conversasse com a coordenadora do grupo de educação, Maria de Lourdes Pereira dos Santos (conhecida como Lourdes).

Agendei com a Jaqueline a primeira visita ao Cedep, que aconteceu no dia 23 de setembro. Entrevistei Lourdes e conheci o espaço. Deixei marcada a próxima entrevista, que aconteceu no dia 7 de outubro. Na segunda visita, também entrevistei a alfabetizadora Vilma de Oliveira.

Com a indicação de Lourdes, busquei a alfabetizadora Lindsay Freitas, responsável pela turma de alfabetização do Centro de Convivência de Idosos (CCI) do Paranoá. Visitei a turma do CCI no dia 19 de outubro.

As últimas visitas ao Cedep ocorreram nos dias 11 e 14 de novembro, quando tirei as últimas fotos.

Simultaneamente às entrevistas, procurei e analisei materiais complementares, incluindo dois trabalhos acadêmicos de grande importância no tema do Cedep: a tese do professor doutor Renato Hilário dos Reis (2000) e a dissertação da professora Leila Maria de Jesus (2007).

Além disso, compilei e analisei dados e estatísticas sobre o analfabetismo no Brasil e, principalmente, no Distrito Federal, usando fontes oficiais como o IBGE e Codeplan.

Com o material pronto, comecei a “diagramação” do site na plataforma Webflow, que permite a criação de um design totalmente personalizado e de modo fácil, com necessidade apenas de conhecimento básico das linguagens da internet. Para a compra do domínio (o endereço do site), usei o serviço GoDaddy.

4.3 Produção do Conteúdo

Produzir conteúdo jornalístico hipermediático é, segundo a pesquisa de Barbosa (2002 apud Benigno Neto, 2008, p. 10), explorar “os recursos da internet de modo eficiente”. Em definição complementar, este tipo de produto do jornalismo digital deve atender aos critérios da tríplice exigência de Bertocchi (2006), que resume as características essenciais do

jornalismo no ciberespaço: hipertextualidade, multimidialidade e interatividade. O objetivo aqui é que a matéria cumpra os requisitos:

Hipertextualidade: a conexão, por meio de hiperlinks, com outros textos, matérias relacionadas e conteúdos complementares.

Multimidialidade: uso de mais de uma mídia para compor a narrativa, como fotos, vídeos, infográficos.

Interatividade: possibilidade de contato entre produtor e consumidor, consumidor e consumidor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste projeto foi uma experiência de grande valor como estudante e profissional do jornalismo. Desde o início do curso me identifiquei com o trabalho jornalístico na web e, com o auxílio de outras práticas na Universidade e no mercado de trabalho, passei a entender a importância da busca por novos meios de produção e produto no jornalismo.

Inicialmente, este Trabalho de Conclusão de Curso seria uma monografia com esse tema. O objetivo era analisar veículos de mídia brasileiros, de acordo com os critérios e características do web jornalismo, para chegar a um panorama do desenvolvimento da categoria.

Entretanto, tirar o projeto do plano teórico e levá-lo para a prática tornou o caminho de exploração da notícia para a web ainda mais interessante. Pude entender, enquanto passava pelo processo de produção da notícia, as vantagens, ferramentas e espaços do jornalismo na internet.

É preciso ressaltar que, mesmo que todo o processo tenha durado meses, é possível e viável aplicar os conceitos no cotidiano do fazer jornalístico. Embora possa parecer que desenvolver uma página para cada matéria seja difícil e demorado, cada vez mais isso ganha espaço nas redações. Também não está restrito a programadores. Novas plataformas e tecnologias têm aproximado o jornalista — e o usuário da internet, de modo geral — não só da criação do conteúdo em si, mas também do meio pelo qual ele é apresentado ao público.

O produtor de conteúdo agora tem a possibilidades mais abrangentes de narração. No papel, fica restrito a textos e imagens. Na web, ganha os recursos do som, vídeo e principalmente interatividade. Descobrir o melhor jeito de contar a história foi uma parte essencial desse trabalho. Em retrospecto, vejo que poderia ter aproveitado ainda mais as potencialidades da internet no produto jornalístico.

Outro componente interessante do trabalho foi usar algumas das ferramentas do jornalismo de dados. Como parte do aprendizado, fiz um curso virtual do assunto oferecido pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji).

Ao final do processo, fica evidente para mim a necessidade cada vez maior de ocupar as redações de jornais com profissionais capacitados para o jornalismo na web e que saibam usá-la como uma plataforma e, principalmente, como um instrumento de trabalho.

Além dos conhecimentos adquiridos nos campos de pesquisa e atuação no jornalismo na web, aprendi também sobre um problema de grande proporção mas muito invisibilizado no Brasil: o analfabetismo entre jovens e adultos com mais de 15 anos.

A questão está profundamente ligada às fortes desigualdades ainda tão presentes no Brasil. Isso porque o analfabetismo é uma manifestação clara da falta de oportunidades e do descaso com os direitos fundamentais do cidadão, especialmente daquele que é pobre e de algum modo está à margem da sociedade.

Nesse sentido, conhecer o trabalho do Cedep na educação de jovens e adultos teve um valor ainda maior. A história da alfabetização no Paranoá (e no Itapoã) caminhou de braços dados com a luta da comunidade por seus direitos, a começar pela fixação da terra. O ensino da leitura e da escrita tinha um propósito bem claro, que era conscientizar a população na busca por melhorias.

Dentro desse contexto, a metodologia do Cedep foi desenvolvida e aprimorada ao longo dos anos e hoje pode ser considerada um caso de sucesso. A mistura dos ensinamentos de Paulo Freire — leitura muito importante durante o projeto para a compreensão das questões tratadas — com as experiências das educadoras do Paranoá gerou uma metodologia interessante de narrar.

Acredito que ambos os temas, o processo de produção no jornalismo online e a alfabetização de jovens e adultos, ainda podem ser muito explorados. O primeiro está em constante evolução e, embora seja impossível traçar fórmulas gerais para o sucesso, podemos explorar possibilidades do uso da tecnologia para um melhor fazer jornalístico. Enquanto isso, o combate ao analfabetismo (até como cumprimento da garantia de educação básica, prevista na Constituição) precisa seguir como tema de destaque se queremos uma sociedade mais igualitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, XXIV, 2001, Mato Grosso do Sul. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

BARBOSA, S; NORMANDE, N.; ALMEIDA, Y. Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. In: **Encontro Anual da Compós**, XXIII, 2014, Pará. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT10_ESTUDOS_DE_JORNALISMO/artigo_gtjornalismo_sbarbosa_naara_yuri_2238.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2017.

BENIGNO NETO, E. M. Por uma história do jornalismo digital: algumas considerações. In: **6º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**, Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Por%20uma%20historia%20do%20jornalismo%20digital.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

BERTOCCHI, D. **A narrativa jornalística no ciberespaço**: transformações, conceitos e questões. 2006. 205 p. Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de Minho, 2006. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0ByZWLSdt06WiR1FiNnotazZKd28>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia - 2016**. Brasília: Secom, 2016.

CANAVILHAS, João. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança.** Comunicação e Sociedade, v.9-10, p. 113-119, 2006. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1159/1102>>. Acesso em: 17 set. 2016.

_____. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

CANAVILHAS, J. BACCIN, A. **Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa e imersão.** In: Brazilian Journalism Research, v. 11, n. 1, 2015, p. 10-27. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/716/616>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem: a arte da investigação.** São Paulo: Arte & Ciência, 2004.

HOLANDA, M. **A narrativa na web: estudo de caso do Vox.** 2015. 87 p. Monografia (Bacharel em Jornalismo). Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/12377/6/2015_MariannaDiasVictorHolanda.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2017.

HERSCOVITZ, H. G. Características dos portais brasileiros de notícias. **Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo – SBPJor**, v. 5, n. 1, p.102-126, 2009. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197/196>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios: síntese de indicadores 2015.** Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro: IBGE, 2016a. 108p. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

_____. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2016.** Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2016b. 146 p. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98965.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2017.

JESUS, L. M. **A repercussão da atuação de educadores/as populares do Cedep/UnB na escola pública do Paranoá/DF.** 2007. 217 p. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

LIMA JUNIOR, W. T.; BARBOZA, E. F. U. A infografia multimídia como narrativa jornalística e as possibilidades do HTML5. **Brazilian journalism research**, v. 11, n. 2, p. 242-265, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/711/677>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

LONGHI, R. R.; WINQUES, K. **O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo**. *Brazilian journalism research*, v. 11, n. 1, pp. 110-127, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/693/621>>. Acesso em: 1º nov. 2017.

MACHADO, E. **O Ciberespaço Como Fonte para os Jornalistas**. Biblioteca on-line de ciências da comunicação, Beira do Interior, 2002. Disponível em: <<http://bocc.unisinis.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

MARQUES, M. (Org). **Aprender a aprender em rede: manual pedagógico**. Brasília: Editora JFM, 2017. 68 p. Disponível em: <https://issuu.com/fjmangabeira/docs/02_aprender_em_rede_web>. Acesso em: 6 nov. 2017.

MIRANDA, A. SIMEÃO, E. Da Comunicação Extensiva ao hibridismo da Animaverbivocovisualidade (AV3). **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 24, n. 3, p. 49-62, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/19075/12401>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

PAVLÍK, J.; MOREIRA, S. V. O impacto das novas tecnologias da informação na prática do jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. XXIII, n. 1, jan./jun. 2000. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/2009/1787>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

PEDROSA, J. L. F. **Do impresso ao online: como o jornal The New York Times sobrevive na era da internet**. 2015. Monografia (Bacharel em Jornalismo). Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/11483/1/2015_JuliaLugonFerreiraPedrosa.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2017.

REIS, R. H. **A constituição do sujeito político, epistemológico e amoroso na alfabetização de jovens e adultos**. 2000. 245 p. Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

TRÄSEL, M. Comunicação mediada por computador e newsmaking: o caso do blog da Petrobras. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, XXXII, 2009, Curitiba. Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1919-1.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

TUCHMAN, G. The production of news. In: JENSEN, Klaus Bruhn (org.). **A handbook of media and communication research**. 2 ed. Londres, Inglaterra: Routledge, 2002, p. 78-90.

TUFANI, C. O Programa Brasil Alfabetizado: uma pequena introdução e possíveis áreas de pesquisa. **Research brief**, v. 59, pp. 1-4, 2016. Disponível em:
<http://www.ipc-undp.org/pub/port/PRB59PT_O_Programa_Brasil_Alfabetizado_uma_pequena_introducao.pdf>. Acesso em: 1º nov. 2017.

UNESCO - UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **Alfabetização de jovens e adultos no Brasil**: lições da prática. Brasília: UNESCO, 2008. 212 p. Disponível em:
<<http://bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br/services/e-books/162640por.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

WEISS, A.S; SCHWINGEL, C. Uma delicada relação no jornalismo: o encontro do conteúdo e da produção nos sistemas de gerenciamento de conteúdos. Um estudo comparativo da sistemática de trabalho das redações no Brasil e Estados Unidos. **Brazilian journalism research**, v. 4, n. 2, p. 97-119, 2008. Disponível em:
<<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/166/165>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 8ª edição. Lisboa: Presença, 1999.