



MARCELO PEREIRA DA SILVA  
(ORGANIZADOR)

# COMUNICAÇÃO, REDES SOCIAIS E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA



**MARCELO PEREIRA DA SILVA  
(ORGANIZADOR)**

# **COMUNICAÇÃO, REDES SOCIAIS E A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA**

**Atena**  
Editora  
Ano 2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Lorena Prestes  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
C741	<p>Comunicação, redes sociais e a produção jornalística [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-793-2 DOI 10.22533/at.ed.932191905</p> <p>1. Comunicação social. 2. Jornalismo. 3. Redes sociais. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.4833</p>
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

O jornalismo e a comunicação são instituições fundamentais para a solidificação da democracia, da participação e do estado democrático de direito. Como atividades profissionais, não podem se posicionar como 4º poder, mas devem assumir seu lugar de contrapoder, defendendo a verdade, os interesses da coletividade, a organização social, a paz, etc.

Nesta obra, as imbricações, diálogos e duelos entre diferentes teorias, proposições, análises, perspectivas e autores, contribuem com a investigação científica com base nos termos que a intitulam: Comunicação, Redes Sociais e a Produção Jornalística. Por meio de olhares transversos sobre objetos que constituem a realidade social contemporânea da comunicação e do jornalismo, os autores lançam luz sobre a necessidade de reformulações, ressignificações, aprofundamento e críticas ao fazer comunicativo no contexto midiático que faz emergirem formas de relacionamento, interatividade, pertença e reconhecimento.

Nesse sentido, algumas interrogações são necessárias para que entendamos o papel social, cultural, ideológico, político e econômico do jornalismo e da comunicação, hajam vista os discursos que figuram nas produções jornalísticas e o(s) sentido(s) de verdade e realidade que neles materializam-se e circulam “livremente” pelas redes sociais digitais.

Torna-se fulcral discutirmos o papel dos sujeitos jornalistas e das organizações na produção de notícias assim como as posições que assumem no processo de produção, colocando em foco o campo do jornalismo e da comunicação: são campos abertos em que todos os agentes sociais podem articular estratégias comunicacionais próprias ou um campo totalmente fechado a serviço da legitimação do *status quo*? Como entender a força e o poder das distintas formas de discurso que circulam nos meios de comunicação tradicionais e nas redes sociais da Internet? Que perspectivas teóricas são fecundas para verificarmos as estratégias por trás das retóricas informativas midiáticas?

Evocamos, neste livro, que o jornalismo, tal como o vemos hoje, desenvolveu-se como atividade remunerada durante o século XIX em decorrência de um complexo processo de urbanização, escolarização, industrialização, avanços tecnológicos e o erigir de regimes políticos nos quais o princípio de liberdade de imprensa converteram-se em algo sagrado.

O aparecimento da Cibermídia não acarreta o fim das atividades do jornalismo, pois este, independente do suporte, faz-se na notícia, na reportagem, se “vestindo” em diversos gêneros, formatos e linguagens; é conhecimento e não apenas técnica. As mídias e redes sociais on-line, na verdade, podem reforçar o papel do jornalismo, dos jornalistas e da comunicação na sociedade contemporânea.

O propósito de fornecer relatos de acontecimentos interessantes pode parecer claro, mas esse objetivo é, como outros fenômenos, simples, inextricavelmente

complexo, evidenciando o desafio da tarefa de compreender tais questionamentos na relação entre a práxis jornalística, a natureza ontológica da comunicação e a confusa ambiência gerada pelo ecossistema virtual.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
DIREITOS HUMANOS NO CENÁRIO DIGITAL: IMPACTOS CAUSADOS PELAS FAKE NEWS	
Juliete Maganha Silva	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.9321919051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
O DIREITO AO ESQUECIMENTO E OS PROVEDORES DE BUSCA NA INTERNET	
Marianne Ramalho dos Santos Leite	
Francisca da Glória Menezes de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.9321919052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>24</b>
CRIMES AMBIENTAIS, ASSASSINATOS E GRILAGEM: ANÁLISE SOBRE JORNALISMO DE DADOS EM A PÚBLICA	
Francisco Aquinei Timóteo Queirós	
Francielle Maria Modesto Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.9321919053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>34</b>
COMUNICAÇÃO SOCIAL: UM OLHAR SOBRE O EXÉRCITO BRASILEIRO	
Ivan de Freitas Vasconcelos Junior	
DOI 10.22533/at.ed.9321919054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>41</b>
O CASO ESCOLA BASE, A ÉTICA E O JORNALISMO MERCADORIA	
Jaine Araújo da Silva	
Francielle Maria Modesto Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.9321919055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>53</b>
A COMUNICAÇÃO DO MINISTÉRIO DA FELICIDADE DO DUBAI E DOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS NO ANO 2016	
Diamantino Ribeiro	
António Pedro Costa	
Jorge Remondes	
DOI 10.22533/at.ed.9321919056	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>75</b>
PESSOAS PRIVADAS DE LIBERDADE E CRIMINALIDADE: PARA ALÉM DAS NOTÍCIAS VEICULADAS EM JORNAIS ELETRÔNICOS DE MATO GROSSO-MT	
Everton Rossi	
Reni Aparecida Barsaglini	
DOI 10.22533/at.ed.9321919057	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>88</b>
REDES SOCIAIS: É POSSÍVEL SUA INSERÇÃO NO FORMATO EAD? REFLEXÕES SOBRE A GESTÃO A PARTIR DO USO DA FERRAMENTA LIVE DO FACEBOOK EM CURSOS DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO	
Fabiana Crispino Santos	

Mirian Martins da Motta Magalhães

DOI 10.22533/at.ed.9321919058

**CAPÍTULO 9 ..... 99**

MUITO ALÉM DA CAMISETA DE ROCK: NOVOS OLHARES SOBRE OS APRESENTADORES DE TELEJORNAL

Daniel Alves Scarcello

Wagner da Costa Silva

DOI 10.22533/at.ed.9321919059

**CAPÍTULO 10 ..... 111**

JORNALISMO DE DADOS E PARECER COMUM: MODOS DE CONSTRUÇÃO E EFEITOS DA NARRATIVA

Kelly De Conti Rodrigues

Carlos Alberto Garcia Biernath

Marcelo Pereira da Silva

DOI 10.22533/at.ed.93219190510

**CAPÍTULO 11 ..... 124**

MARKETING E POLÍTICA: O USO DO MARKETING NA ORGANIZAÇÃO DE UMA CAMPANHA ELEITORAL

Israel Aparecido Gonçalves

DOI 10.22533/at.ed.93219190511

**SOBRE O ORGANIZADOR ..... 139**

**ÍNDICE REMISSIVO ..... 140**



## REDES SOCIAIS: É POSSÍVEL SUA INSERÇÃO NO FORMATO EAD? REFLEXÕES SOBRE A GESTÃO A PARTIR DO USO DA FERRAMENTA LIVE DO FACEBOOK EM CURSOS DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

**Fabiana Crispino Santos**

IBMEC/RJ

Rio de Janeiro – RJ

**Mirian Martins da Motta Magalhães**

IBMEC/RJ, UNISUAM

Rio de Janeiro – RJ

**RESUMO:** O presente artigo tem como propósito refletir sobre a gestão de um curso em graduação em Jornalismo oferecido no modelo EAD a partir da introdução de práticas que usem as redes sociais. Assim como ocorreu nas graduações presenciais, os cursos oferecidos a distância também devem se adequar por conta das novas ferramentas que a tecnologia trouxe, entre elas as redes sociais. Desse modo, o artigo busca refletir sobre o papel da gestão, o que de imediato ela precisa observar e como implementar os recursos oferecidos, usando como exemplo a ferramenta *Live* do *Facebook*, muito usada ultimamente na prática jornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Graduação em Jornalismo, EAD, Redes Sociais, Gestão.

**SOCIAL NETWORKS: ARE THEY POSSIBLE  
IN THE EAD FORMAT? REFLECTIONS ON  
THE USE OF THE FACEBOOK LIVE TOOL  
IN JOURNALISM UNDERGRADUATION**

COURSES

**ABSTRACT:** The purpose of this article is to make a reflection about the management of the Journalism undergraduate course offered in a Distance Education model by introducing practices related to social media. As it occurred with presencial courses, long distance courses should also adapt themselves. Thus, the article seeks to reflect on the role of management, what it must immediately be observe and how to implement the resources offered, using as an example the Facebook Live tool, which has been used quite often in recent journalistic practice.

**KEYWORDS:** Journalism Undergraduate, Distance Education, Social Media, Management.

### 1 | INTRODUÇÃO

As redes sociais são uma realidade da vida contemporânea. Se no mercado do Jornalismo a prática está consolidada, por que não incorporá-la à vida acadêmica do futuro profissional? As graduações presenciais estão se adequando à realidade e inserem cada vez mais atividades que contem com o auxílio e as potencialidades das redes sociais. Além de disciplinas teóricas que discutem seu papel, muitas disciplinas práticas de produção de notícias já usam as redes sociais de maneira

intensa.

Como o formato a distância ainda é recente nas graduações em Jornalismo, há poucas publicações direcionadas a essa questão específica, ou seja, ao uso das redes sociais, o que pressupõe tanto pesquisa quantitativa (quais e que cursos são oferecidos nesse formato no país) quanto qualitativa (análise das grades/disciplinas dos cursos oferecidos), buscando-se um referencial para que a discussão avance.

Para sustentar a reflexão, o presente artigo propõe a construção de um quadro teórico-metodológico valendo-se de autores das áreas envolvidas, comunicação e gestão em educação, além de pesquisa acerca da oferta de cursos no modelo EAD e suas respectivas estruturas curriculares. O uso do *Facebook* na produção de notícias também será descrito, em especial a ferramenta denominada *Live*, visando pensar sua aplicabilidade em atividades práticas propostas no modelo EAD, com foco no papel do gestor, em especial o que caberia a ele observar e cuidar no momento da implementação.

## 2 | CONTEXTUALIZAÇÃO: A PROFISSÃO E A FORMAÇÃO EM JORNALISMO

Atualmente, em pleno século XXI, há sites especializados em notícias, como o *UOL*, portais de redes de comunicação, como *Globo.com*, e portais abastecidos exclusivamente pelo Jornalismo dessas redes, como é o caso do *G1*. Além dos ambientes de informação, há também as redes sociais das empresas jornalísticas, normalmente interligadas aos sites e portais que as mesmas dispõem, nos quais as informações são disponibilizadas em outros formatos, atualizadas pelo próprio leitor, comentadas e compartilhadas. As redes sociais também são usadas pelos jornalistas como *lócus* de desenvolvimento da notícia, por exemplo, durante o trabalho de apuração e checagem de informações.

De modo gradual, os cursos superiores foram adequando suas grades, inserindo disciplinas que discutiam teoricamente o uso da internet e de suas potencialidades. Do mesmo modo, um menu de novas possibilidades foi sendo implantado nas atividades propostas nas disciplinas práticas. Esse movimento surgia para atender a uma formação que acolhe as mudanças, que não fecha os olhos às transformações ocorridas fora do mundo acadêmico.

Para Wenger (In LITTO; FORMIGA, 2009, p.327) “a aprendizagem em termos de uma competência social e uma experiência pessoal” envolve “três modos distintos de vivenciamentos dessa aprendizagem (...): engajamento, imaginação e alinhamento”. Kenski (2015) acrescenta à discussão o alerta de que novas regras devem ser criadas entre as pessoas que aprendem e ensinam nos ambientes virtuais, principalmente em comunidades de práticas, como as redes sociais.

Sabe-se que a formação acadêmica, além de responsável pelo conteúdo que envolve o exercício profissional, deve inserir valores ligados às esferas da ética

e da responsabilidade social. Como posto no artigo 5º das Diretrizes Nacionais Curriculares do Curso de Jornalismo (DCNs), entre as competências gerais que se espera do egresso estão “identificar e reconhecer a relevância e o interesse público entre os temas da atualidade, e distinguir entre o verdadeiro e o falso a partir de um sistema de referências éticas e profissionais”. Entretanto, também está destacado nas DCNs, em seu artigo 2º (item IV), a necessidade de “inserir precocemente o aluno em atividades didáticas relevantes para a sua futura vida profissional”. Portanto, as DCNs do curso já oferecem uma justificativa bastante razoável para que as novas práticas sejam observadas com rigor.

### **3 | O CRESCIMENTO DA EAD NO BRASIL: EM QUE ESTÁGIO ESTÃO OS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO OFERECIDOS NESSE FORMATO?**

A educação a distância tem se expandido desde seu surgimento com períodos de maior adesão, com cerca de 1 milhão de alunos matriculados em cursos semipresenciais ou a distância em todo país, segundo dados do Censo da Educação Superior realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) em 2016. O número é referente a cursos de diferentes níveis, mas todos voltados para o nível acadêmico, ou seja, os cursos corporativos não foram incluídos.

Pesquisas da Associação Brasileira de Ensino a Distância (ABED) apontam a facilidade de conciliar trabalho com estudo como a principal causa da procura pelos discentes por esse tipo de formação. Outro dado a ser ressaltado no censo feito pela ABED em 2016 é a faixa etária do público, que se encontra majoritariamente entre 31 a 40 anos (37%), enquanto que a maior parcela de estudantes na educação presencial se concentra na faixa de 21 a 30 anos.

Com a expansão da EAD, vários cursos foram sendo inseridos nesse universo, entre eles a formação em Jornalismo. Além da novidade da oferta em outra modalidade, a profissão também vem passando por muitas transformações, principalmente em relação às práticas. Com o surgimento das redes sociais o Jornalismo ganhou novos recursos e métodos para apuração e produção da notícia. Assim, atitudes antes consolidadas foram adaptadas às potencialidades oferecidas pelas redes sociais.

Elias Machado (2003) ressalta que na internet há milhares de fontes espalhadas e, portanto, é preciso, ter critérios. Entretanto, em todos os veículos noticiosos o tempo é um item determinante e precioso, pois a ânsia por ser o primeiro a noticiar faz parte da natureza do negócio. O fato de as redes sociais serem consideradas fontes de informação rápida (mas não necessariamente segura) explica porque o Jornalismo a abraçou com rapidez, mas também recomenda refletir sobre seu uso, principalmente sobre como e quando usá-la.

Em pesquisa feita à base de dados do e-MEC, poucos cursos de Jornalismo

na modalidade a distância mostram-se em funcionamento, embora cerca de uma dezena apareçam credenciados, porém sem data para início. Em fevereiro de 2018, as IES que ofertavam o curso eram: Universidade do Contestado (SC), iniciado em 22/02/2016; Centro Universitário Internacional (UNINTER - PR), com data de 06/02/2017; e Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL), Universidade Cidade de São Paulo (UNICID), Universidade de Franca (UNIFRAN).

Como pode ser observado, a oferta da graduação em Jornalismo no formato a distância é recente. Voltando aos cursos citados em funcionamento, a UNINTER (<<http://www.uninter.com/graduacao-ead/curso-jornalismo/#>>) possui uma página bastante esclarecedora sobre o curso, na qual aparece a seguinte frase: “Nosso formando será capaz de se posicionar de um ponto de vista ético-político e exercer sua profissão de forma consciente, atualizada e criativa, além de dominar as ferramentas e as técnicas de comunicação”. Até novembro de 2017, além de citar o domínio das ferramentas e técnicas de comunicação como uma habilidade a ser conquistada durante a graduação, o ingressante recebia no ato da matrícula um “kit de comunicação” que consta de: gravador, câmera fotográfica e filmadora 4k, tripé, fone de ouvido e softwares que compõe o *Creative Cloud 2016 Complete*.

O que fica em destaque na página da UNINTER é uma proposta voltada para a atualidade, de um curso que contemple as novas TICs além de primar pelo desenvolvimento de ação empreendedora, item que consta das DCNs da Graduação em Jornalismo (Art. 4º, item II). A questão do incentivo à criatividade também está presente, pois as licenças dos softwares oferecidas gratuitamente aos alunos ao longo do curso apontam nessa direção, mas também atendem às exigências de um mercado que cada vez mais pede um profissional multitarefas.

Com relação à Universidade do Contestado, embora o site disponibilize algumas informações, a impressão que fica é de um curso organizado muito na lógica de uma graduação presencial, com estrutura curricular bastante comum a esse modelo. Não há nada referente ao perfil do egresso, por exemplo, o que, caso houvesse, poderia indicar atenção a questões como autonomia ou aprendizagem coletiva, competências importantes na educação a distância.

Desse modo, o resumo após a observação é de uma proposta muito próxima às que já existem nas graduações presenciais, ou mesmo de um curso em formação, em processo de construção, o que parece ser, na verdade, a realidade de todas as IES credenciadas. Quanto às demais IES que aparecem como credenciadas para funcionar a partir de 2018, nenhuma possui em seu site quaisquer informações sobre suas estruturas curriculares, o que inviabiliza a análise.

#### **4 | EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**

Se a educação a distância ainda é tabu, tem seus desafios e precisa vencer obstáculos e, principalmente, conquistar definitivamente a confiança da sociedade

e de educadores, não é difícil imaginar que propor mudanças no que está aí e conquistado com resistência é quase inimaginável. Mas se há uma característica que deve ser ressaltada na modalidade é a inovação constante. Talvez o fato de não estar totalmente acolhida pela sociedade lhe permita constantes experimentos, tornando-a avançada e aberta a variações. E é nessa característica que a proposta discutida nesse artigo se apoia:

As escolas e as Universidades ainda estão presas aos modelos tradicionais de ensino, onde submetem seus alunos a métodos engessados, pouco flexíveis, repetitivos e monótonos. É certo que muitos desses alunos estão plenamente conectados e imersos em um mundo virtual que já faz parte de seu cotidiano, as suas relações e interações com o mundo já não são as mesmas, pois estes se comunicam e atualizam-se constantemente através das TICs que estão disponíveis e crescem a todo o momento na sociedade moderna (LEKA; GRINKRAUT, 2014, p.2).

Keegan (1996), um dos principais teóricos da EAD, destaca em suas obras que o processo educacional a distância é reconhecido como centrado no aluno e mediado pelas tecnologias, fato esse que leva à necessidade de se refletir como alunos e professores devem interagir para gerar aprendizagem. Os conceitos de autonomia e independência, amplamente destacados pelo autor como atributos necessários aos discentes no ensino a distância, não devem ser vistos pelos tutores como responsabilidade única dos alunos. Para que o processo se consolide o estímulo muitas vezes deve partir do docente.

Sacristán (1998) destaca que as táticas que o professor usa para auxiliar os alunos a construir conhecimento devem contemplar recursos materiais, ou seja, existe uma relação entre as estratégias e os instrumentos pedagógicos, e ela deve ser ponderada para que o processo de aprendizagem ocorra. Cabe destacar que as estratégias e instrumentos pedagógicos, de uma forma geral, decorrem de experiências no ensino presencial, as quais devem ser ajustadas ao modelo a distância.

#### **4.1 Gestão educacional e a formação em Jornalismo**

O trabalho do jornalista hoje é totalmente auxiliado pela tecnologia. Não há uma plataforma, desde as tradicionais, como rádio e TV, até as mais recentes, como os portais noticiosos, que não faça uso de ferramental tecnológico. Nesse ínterim estão as redes sociais, e sem dúvida esse é um movimento sem volta para o Jornalismo.

No modelo de graduação presencial as experiências são constantes, e talvez nem mereçam mais serem denominadas de experiências e sim de práticas, contando com avaliações mais flexíveis que possibilitam medir melhor o desempenho dos alunos. Entretanto, nos cursos a distância essas experiências (aqui cabe chamá-las assim) ainda são complexas. Claro que a imaturidade dos cursos oferecidos nesse modelo, como já destacado anteriormente, corroboram nesse sentido, pois eles ainda não possuem tempo de vida suficiente para que se possa dizer que o problema é a

resistência dos gestores, por exemplo. Porém, de outro lado, não há como ignorar o atual formato de organização da sociedade, pautado nas redes de comunicações digitais, criando a necessidade de rever/aprender competências específicas para lidar com *status quo*.

As denominadas competências infocomunicacionais nascem desse contexto e são defendidas por Borges et al. (2014) e Kenski (2015) como essenciais no processo de gestão, pois ao adquiri-las é que há entendimento da técnica, dando autonomia aos indivíduos, no caso aos professores, para lidarem melhor com o novo arranjo educacional. As competências infocomunicacionais são divididas em três grupos: operacionais, em informação e em comunicação. Na verdade não há um espaço que as delimite, pois “a exploração de informações na internet exige um conjunto de capacidades único e específico para cada situação” (OLIVEIRA, 2016, p. 76).

Como competências operacionais pode-se citar a destreza ao manipular dispositivos tecnológicos, desde smartphones até softwares mais complicados. Essa competência requer constante atualização por parte dos indivíduos. A competência em informação diz respeito a habilidade em usá-las para solucionar problemas, visando novos conhecimentos e aptidões. A capacidade de análise e reflexão é muito cobrada nesse patamar. E, por fim, há a competência em comunicação, que refere-se a capacidade de interação em diferentes ambientes que a virtualidade proporciona.

Assim, como ressaltado por Borges et al. (2014) e Kenski (2015), é imprescindível ao gestor de um curso a distância ter noção que a formação do professor deve contemplar essas competências ou contar com treinamento para desenvolvê-las. Portanto, para que os professores possam rever suas metodologias de ensino no contexto das novas tecnologias, torna-se fundamental incentivar a capacitação dos docentes, além de rever o sistema de gestão que sustentará as ações (NOVELLO; LAURINO, 2012).

Para o sucesso do empreendimento é necessário o gestor estar atento especialmente à constituição de seu corpo de tutores, visando atender e conduzir os alunos com maior destreza, uma vez que a finalidade será mais de acompanhar e orientar a aprendizagem dos alunos, estimulando a troca e sinalizando para possíveis deslizos ou inadequações.

Luck (2008) afirma que a gestão educacional é um processo que deve auxiliar na organização e na articulação das condições materiais e humanas necessárias para garantir os processos de aprendizagem dos estudantes.

Correlacionando a gestão de modelos em EAD ao conceito de organizações flexíveis podemos ressaltar duas características principais: a inovação e novos papéis em detrimento dos já institucionalizados. Nesse sentido, o professor Mario Salerno (1999) desenvolveu o conceito de organizações flexíveis:

A gestão de organizações flexíveis no contexto do trabalho ordinário pressupõe a inovação do produto ou do processo, que responde pela competitividade. Estas organizações têm como características, além da inovação, trabalho organizado

em grupos semiautônomos, coordenação horizontal e novos papéis extrapolando os de referência (SALERNO, 1999, p.72).

A inovação está presente nas iniciativas educacionais desse formato, até porque não há um modelo considerado ideal, propiciando constantes inovações/experimentações. Há certa singularidade no processo, tanto por parte de professores tutores – quanto a forma como dialogam com os discentes (via *fóruns* por exemplo), como pelos alunos, pois o ensino a distância pressupõe autonomia no gerenciamento do tempo e das atividades. E destacando mais uma característica das organizações flexíveis, há os novos papéis extrapolando os de referência.

O papel do professor que domina o conhecimento, o espaço da sala de aula, na modalidade a distância é redefinido, pois ele deve exercer muito mais a função de orientador, de quem mostra caminhos, do que daquele que fecha portas, que determina percursos e que compartimenta o conhecimento. Essa pode ser uma das qualidades mais importantes e inovadoras da EAD: ela liberta, ou busca libertar o aluno de amarras propostas por gostos individuais de professores, pois está inserida na internet, uma rede de informações inesgotável e multifacetada.

Aproveitando o ensejo, uma rede social ganha espaço na área jornalística, o *Facebook*, e mais, uma ferramenta em especial oferecida pela rede, criada e desenvolvida inicialmente para atender empresários, artistas e jornalistas: o *Live*.

Se a produção das reportagens já se adaptou às redes sociais, se já faz uso de suas ferramentas, o que resta à educação é também inseri-las nos ambientes de aprendizagem, sejam presenciais ou online. Porém, para que as experiências se tornem práticas viáveis, a gestão precisa cuidar da formação do professor, conteudista e tutor, buscando adequá-la às exigências do mercado educacional, especialmente no caso discutido, que remete a um curso de graduação no qual a tecnologia se faz mais do que presente na prática diária.

## **5 | JORNALISMO NO FORMATO EAD: VAMOS EXPERIMENTAR AS REDES SOCIAIS?**

Experimentações de sucesso do uso das redes sociais em atividades práticas que compõem a formação jornalística são recorrentes na educação presencial. Os projetos pedagógicos dos cursos, até mesmo por exigência das DNCs, estão recheados de descrições de processos que as contemplam. Ainda sobre elas, muitos professores passaram a utilizá-las como espaço de interatividade, de depósito de material didático, e também de meio para construção de reportagens/exercícios práticos.

Realidade admitida, a discussão se volta para a formação oferecida no modelo a distância: as mesmas experiências seriam possíveis? A primeira barreira que se coloca é a quantidade de alunos por professor-tutor, normalmente bastante superior à que os docentes das modalidades presenciais dão suporte. Algumas IES estipulam

atendimento a 30 alunos por hora-aula (50min.), o que de fato seria um fator a ser considerado pela gestão, pois atender presencialmente a esse número de alunos em cinquenta minutos é bastante diferente, uma vez que esclarecendo a uma única dúvida levantada o professor pode estar alcançando os demais alunos que compartilhavam da mesma inquietude.

Na EAD, na maioria das vezes, o tutor atende individualmente, mesmo as dúvidas se repetindo. Outro ponto é a forma como a proposta seria oferecida, provavelmente diferente da educação presencial. Desse modo, visando dar substancialidade à análise, experiências com o *Live* do FB serão descritas e usadas como base para propor adaptações ao modelo EAD e como apoio também à discussão sobre a gestão que envolve essas adequações.

Desde 2015 o *Facebook* oferece aos usuários um dispositivo de gravação ao vivo, o *Facebook Live*. Antes disso a única maneira de compartilhar vídeos nas redes sociais era por meio de links de outros sites, como *YouTube* e *Vimeo*. Embora tenha começado em 2015 por meio do próprio criador da rede, Mark Zuckerberg, a ferramenta passou por algumas transformações nos últimos anos. Inicialmente era exclusiva para páginas de figuras públicas como políticos, atletas e artistas, mas depois foi disponibilizada para os jornalistas e, mais recentemente, para o público em geral.

Rapidamente as empresas jornalísticas assimilaram o *Live* e passaram a fazer constantes transmissões ao vivo, o que incitou os usuários a tecerem comentários, compartilharem conteúdo e também interagirem no sentido da construção da notícia, enviando outros vídeos, fotos ou até mesmo mais informações que complementavam a cobertura, tornando-a mais real e colaborativa.

Uma vez o recurso viável e consolidado, a educação também passou a incorporá-lo nas atividades práticas propostas. Se no passado foram criados espaços nas IES muito próximos ao do trabalho, como mini estúdios de TV e pequenas estações de rádio, agora havia os espaços virtuais. As disciplinas voltadas às técnicas de reportagem têm como objetivo principal mostrar para o aluno a importância de apurar o fato jornalístico sob todas as perspectivas possíveis. Isso faz parte da incessante busca pela imparcialidade, pois não cabe aos jornalismo informativo discutir, somente relatar, reportar.

Em vista disso, as graduações presenciais inseriram de maneira natural atividades que contassem com os recursos agora facilitados pelas redes sociais. Para atender à prática da reportagem, de como se constrói e se veicula a informação com o mínimo de interferência de quem a apura, exercícios passaram a ser propostos, nos quais todo o ferramental tecnológico disponível é incentivado a ser usado.

Fato destacado, a discussão se volta para o gerenciamento de atividades dessa natureza. Nas graduações presenciais elas se deram de forma gradativa, pois os professores, na maioria dos casos, as inseriram espontaneamente assim como elas foram incluídas em suas vidas, muito por conta de ainda exercerem funções nas



redações e estarem vivenciando essas transformações no mundo do trabalho.

Retornando à gestão em EAD, se levarmos em consideração a máxima relação possível entre tutor e discentes visando obter conceito SATISFATÓRIO (3) nas avaliações, ou seja, um tutor para mais que 40 e menor ou igual a 50 alunos, como indicava o Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação Presencial e a Distância (em novembro de 2017), estaríamos apontando para um número significativo de alunos por tutor.

Entretanto, se olharmos pelo lado de que os cursos de graduação, excetuando-se os oferecidos pelas instituições públicas, raramente trabalham com números inferiores a 50 alunos por turma, a relação não parece fora dos padrões praticados na educação brasileira. Porém, é necessário lembrar a média já mencionada anteriormente, de 30 alunos atendidos em 50 min (individualmente), o que muda o entendimento da realidade exposta acima.

Assim, esse já é um ponto a ser considerado pelo gestor, pois envolve custos, pois talvez fosse necessário reduzir o número de alunos por tutor, necessitando mais contratações. Mas imaginando um cenário possível após estudo de viabilidade financeira, a discussão volta-se para a questão da organização do curso, se é aceitável incluir tarefas práticas realizadas com o auxílio do *Facebook Live*.

Se no modelo EAD o tutor precisa dar suporte às atividades desenvolvidas pelos alunos através do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), não é difícil imaginar que, juntamente com o ambiente virtual de aprendizagem que a IES usa, possa ser também gerenciado pela tutoria outros espaços, como, por exemplo, a rede social mencionada. Na verdade, a proposta não é expandir os espaços de aprendizado no sentido de aumentar o trabalho do tutor, mas sim variá-los.

Portanto, ao invés de postar no AVA o vídeo feito como exercício prático de reportagem, ele seria visto diretamente via *Facebook*, e mais, ele seria feito em tempo real, utilizando a ferramenta *Live*, desenvolvendo-se diferentes habilidades nos alunos exigidas no cenário jornalístico atual já destacadas. O *Live* possibilita que o vídeo seja salvo na linha do tempo do usuário, o que permitiria o professor vê-lo a qualquer momento, ou seja, não seria necessário assisti-lo no ato de sua realização, o que, sem dúvida, dificultaria sua inserção como instrumento de aprendizagem pelo o que já foi exposto quanto ao tempo destinado à tutoria. Mas aí a discussão esbarra em outro ponto necessário de ser observado pela gestão de curso: a formação de seu corpo docente.

Esse ponto não deve representar um empecilho, desde que a gestão se preocupe em ministrar cursos, treinamentos, workshops que possam atualizar ou até mesmo inserir os docentes na cibercultura, além de oferecer instrumental técnico para que eles dominem e possam avaliar com mais desenvoltura a produção realizada pelos alunos.

A princípio, o que fica da descrição do método já aplicado nos cursos presenciais e supostamente adaptado à educação a distância é de que é viável e deve ser

testado, porém algumas etapas devem ser pensadas e estruturadas pela gestão antes de sua implantação. Primeiro ponto a observar é a relação numérica entre tutor e quantidade de alunos, se ela permite ampliar o espaço de aprendizagem, ou seja, ela deve ser analisada com esmero. A resposta pode estar na análise das atividades práticas já realizadas e postadas via AVA, atendo-se ao volume e a destreza da tutoria em lidar com as mesmas.

O segundo aspecto a ser apreciado diz respeito à transposição de plataformas, se seria possível um link que levasse diretamente ao *Facebook*, ou outras maneiras que facilitassem o acesso dos tutores à rede social, pois sua inserção, confirmando-a como ferramenta de aprendizagem incorporada ao AVA, seria fundamental. Esse aspecto em especial deveria ser discutido com a equipe responsável pela TI.

E, finalizando, e imaginando que as barreiras anteriores já estariam transpostas, fica a questão da capacitação oferecida aos docentes/tutores para que todos pudessem se familiarizar com a rede e, em especial, com a ferramenta. Visto esses aspectos e após crítica à viabilidade da proposta, caso a resposta apontasse para um “sim”, fica a pergunta: Por que não usar? Por que não experimentar?

## 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se há uma característica que deve ser ressaltada na educação a distância é seu caráter inovador e inquietador. Se no modelo convencional as mudanças são lentas e difíceis, na EAD elas ocorrem com maior desenvoltura e acolhimento. Porém, há implementações, que por mais necessárias que sejam, precisam ser refletidas com cuidado. É o caso da proposta do artigo. Sabe-se que introduzir as potencialidades das redes sociais não trata apenas de transpor empecilhos técnicos. Há de se ter muita atenção com todo o processo, principalmente com uma parte muito importante da ação ensino-aprendizagem: o professor.

Pensando que hoje não há como nenhum profissional se acomodar diante das mudanças tecnológicas, cabe ao professor e às instituições de ensino essa constante atualização. Desse modo, um dos empecilhos citados na discussão já surge como necessidade, ajuste para permanência no mundo da docência, sob pena de exclusão.

A questão da constante formação/capacitação do corpo docente apresenta-se como o ponto mais desafiador, considerando que haja resistência, bem como o entendimento por parte do professor de um acúmulo de funções. Porém, é importante destacar que a ideia da proposta é variar os espaços de interação e práticas, viabilizando experiências e exercícios, certamente muito próximos às rotinas produtivas que futuros jornalistas encontrarão nas redações.

Um outro ponto que merece ser sublinhado é a dicotomia que acomete a EAD. Ao mesmo tempo que é uma modalidade que tem como característica a inovação,

as estruturas curriculares apresentam-se com recorrência ancoradas nas grades praticadas no modelo presencial. Esse aspecto é real, em princípio, nas ofertas das graduações em Jornalismo a distância no Brasil.

A reflexão proposta está no âmbito de uma modalidade de educação que têm como predicado a experimentação. Cabe tentar, buscar caminhos para que novas práticas sejam inseridas.

## REFERÊNCIAS

BORGES, J. et al. Competências infocomunicacionais: um conceito em desenvolvimento. In PASSARELLI, B; SILVA, A. M.; RAMOS, F (Orgs.). **E-infocomunicação: estratégias e aplicações**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2014.

KEEGAN, D. **Foundations of distance education**. London: Routledge, 1996.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas: Papirus, 2015.

LEKA, A. R.; GRINKRAUT, M. L. **A utilização das redes sociais na educação superior**. Revista Primus Vitam, número 7, 2014.

LITTO, F. M; FORMIGA, M. (org.) **Educação a distância: o estado da arte**. Volume 1. São Paulo: Person, 2009.

LUCK, H. **Gestão Educacional: uma questão paradigmática**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

NOVELLO, T; LAURINO, D. **Educação a distância: seus cenários e autores**. Revista Ibero-americana de Educação, Vol. 58 Núm. 4 (2012): Número especial.

OLIVEIRA, C. T. C. **Novas Tecnologias Aplicadas à Educação**. São Paulo: Editora SENAC, 2016.

PETERS, O. **Didática do ensino a distância: experiências e estágios da discussão numa visão internacional**. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2001.

POLAK, Y. **Gestão, estrutura e funcionamento da educação a distância**. Curitiba: IBPEX, 2002.

SACRISTAN, G. **O currículo: uma reflexão sobre a prática**. Porto Alegre: Artmed. 1988.

SALERNO, M. S. **Projeto de Organizações Integradas e Flexíveis**. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, M. **Educar na cibercultura: desafios à formação de professores para docência em cursos online**. Revista Digital de Tecnologia Cognitivas (Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – PUC – SP), número 3, janeiro – junho/2010.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**MARCELO PEREIRA DA SILVA** - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018) Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016). Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009). Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003). Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar em “Cultura e Sociedade”, do Mestrado Profissional em Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís. É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018. Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão. É organizador dos e-books: “A Influência da Comunicação”, “Comunicação, Mídias e Educação 2” e “Comunicação, Mídias e Educação 3” pela Editora Atena. E-mail: marcelosilva\_rp@hotmail.com

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agência de reportagem 24, 25  
Amazônia 24, 25, 29, 32  
Análise de conteúdo 41, 43, 52, 53, 54, 55, 59, 66, 71, 73, 74, 75, 77, 86, 110  
Análise qualitativa 53, 55, 59, 73  
Apresentadores 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109  
Apuração 16, 25, 28, 30, 31, 32, 41, 43, 45, 46, 47, 51, 52, 89, 90  
Audiência 10, 26, 44, 99, 101

### C

Centro de comunicação social 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40  
Cidadãos 7, 8, 16, 53, 54, 55, 56, 57, 61, 68, 70, 71, 72, 73, 128, 134  
Circulação 1, 5, 6, 18, 25, 26, 28, 77  
Comunicação governamental 53, 54, 55, 56, 72, 73, 74  
Consumo 15, 104, 112, 113, 118, 122

### D

Direito à informação 13, 14, 19, 20, 21, 25  
Direito ao esquecimento 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23  
Direitos humanos 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10, 11, 12, 25, 80

### E

EAD 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97  
Ensino 3, 66, 76, 83, 90, 92, 93, 94, 97, 98  
Exército 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40

### F

Fake News 1, 2, 3, 6, 7, 8, 11, 12  
Felicidade 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74  
Fontes 15, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 51, 52, 58, 74, 90, 111, 116, 117, 123

### G

G1 6, 7, 8, 9, 89, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 108, 110  
Gestão 36, 40, 53, 56, 88, 89, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 124, 128, 129, 130, 137, 138  
Graduação presencial 91, 92, 96

### I

Instituição penitenciária 75, 76, 79

Internet 1, 2, 5, 6, 7, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 34, 36, 74, 89, 90, 93, 94, 99, 101, 103, 110

## **J**

Jornalismo de dados 24, 26, 27, 32, 33, 111, 114, 115, 122, 123

## **L**

Live do facebook 88

## **M**

Mato Grosso 75, 76, 77, 79, 85

Meio social 1, 4

Mídia 6, 38, 39, 75, 77, 136

Mídias tradicionais 99

Ministério da felicidade 53, 54, 55, 56, 58, 61, 62, 72, 73, 74

## **N**

Notícia 10, 11, 13, 17, 20, 28, 29, 32, 41, 44, 45, 46, 51, 52, 61, 77, 85, 89, 90, 95, 99, 101, 102, 103, 105, 108, 109, 110, 114, 118, 123

## **P**

Positividade 53, 56, 57, 58, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73

Prisões 75, 80, 83, 84, 85, 86, 87

Provedores 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23

Pública 4, 10, 24, 25, 29, 32, 45, 51, 55, 73, 84, 86, 118, 126, 128, 137

## **R**

Realidade 27, 32, 75, 77, 80, 85, 86, 88, 91, 94, 96, 101, 112, 113, 115, 125, 128, 132

Redes Sociais 1, 6, 7, 10, 11, 12, 72, 77, 88, 89, 90, 92, 94, 95, 97, 98, 129, 134, 135, 136, 139

## **T**

Tecnologias 1, 2, 6, 11, 27, 34, 40, 92, 93, 98, 101

Telejornalismo 99, 100, 101, 110

TV 38, 47, 92, 95, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107, 110, 133, 134, 139

## **W**

WebQDA 53, 54, 55, 59, 73

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-793-2



9 788572 477932