



Comentários em notícias expõe o analfabetismo funcional da população brasileira

Tháísa BUENO¹

Lucas Santiago Arraes REINO²

Universidade Federal do Maranhão – Imperatriz (MA)

RESUMO: A proposta deste artigo é discutir o papel da alfabetização midiática na internet como uma forma de potencializar a visão crítica e a capacidade de exercer a cidadania entre seus usuários. O estudo tem como recorte a análise dos comentários postados nas plataformas de interação disponíveis nos sites jornalísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Alfabetização midiática; Comentários; Cidadania

No Brasil, segundo o derradeiro censo feito pelo IBGE em 2010, a taxa de analfabetismo na população com 15 anos ou mais de idade é de 9,6%, ou seja, há 13.933.173 pessoas no país que não sabem ler ou escrever e ficam excluídas de atividades sociais cotidianas como decodificar o itinerário de um ônibus ou escrever um simples recado.

As taxas de analfabetismo no Brasil ainda são grandes com relação a outros países, como Cuba, por exemplo, que tem 0,2% da população analfabeta, ou o Uruguai, cujo índice é de 2,1%. Ainda assim, já foram muito maiores: no Censo do ano 2000 o índice nacional era de 13,63%, ou seja, 16.294.889 analfabetos, uma queda percentual e quantitativa, que mostra um resultado positivo nos esforços do Governo Federal para reduzir esses índices.

Mesmo assim é importante ressaltar que, embora o termo alfabetização, na sua raiz etimológica, represente uma ação mecânica que consiste na capacidade de distinguir códigos, – “[...] etimologicamente o termo alfabetização não ultrapassa o significado de levar à aquisição do alfabeto, ou seja, ensinar o código da língua escrita, ensinar as habilidades de ler e escrever” (SOARES, 1984, p. 02) – pedagogicamente ela, em geral, estendeu esse sentido para uma capacidade maior, de entender a realidade, de

¹ Mestrado em Lingüística e Semiótica pela UFMS. Doutoranda em Comunicação pela PUC-RS E-mail: thaisabu@gmail.com

² Mestrado em Ciência da Informação da UnB. Doutorando em Comunicação pela PUC-RS E-mail: lucas@ufma.br



ser capaz de apreender os códigos de maneira crítica e, quem sabe, a partir dessa habilidade, modificar o mundo ao seu redor.

Mas para que isso aconteça é preciso que além de conhecer o código, seu usuário domine essa habilidade e explore seu potencial. Habilidade que quem sabe apenas ler e escrever instrumentalmente não é capaz de desenvolver. Vendo por outro prisma, a escrita, enquanto ferramenta de democratização, também gera exclusão, uma vez que cria a divisão entre os alfabetizados e os analfabetos. Os meios de comunicação possuem seus códigos e seus excluídos, não só daquele que não consegue acessar a Internet através de um computador, mas também daquele que não teve a formação suficiente para refletir sobre os conteúdos recebidos através de um programa televisivo, de rádio ou mesmo através do jornal impresso.

A facilidade de consumo de informações provenientes dos meios de comunicação é uma das estratégias das empresas de mídia, uma característica que é desenvolvida para atender a uma preocupação mercadológica. Um jornal que não é comprado, uma novela que não tem telespectador, ou um programa de rádio sem ouvintes são sinônimos de fracasso.

Já pelo lado do receptor, o consumidor desses conteúdos, não há ensino apropriado para um consumo crítico. Assim, eles tendem a compreender o que lhes está sendo entregue, ou consumindo, apenas pelo viés mais superficial, estando sujeitos a manipulações prejudiciais ao seu desenvolvimento como cidadão.

Marques de Melo (2006, p.87) revela que o Brasil sofre de um analfabetismo crônico, parte do povo brasileiro tem ojeriza à leitura, o que é um problema mais profundo do que aparenta. Segundo o pesquisador, “a leitura diária de jornal representa um indicador civilizatório bastante expressivo. Qualquer país que envereda pelo desenvolvimento econômico, repartindo melhor o produto social entre os seus habitantes, registra sempre progressão das tiragens dos jornais.” (MARQUES DE MELO, 2006, p.93).

A Internet é um meio de comunicação que permite a produção de conteúdo e divulgação por parte de todos que nela estão. Por meio dela a mídia começou a dar voz para os que antes eram consumidores calados, trancados em suas próprias casas. Hoje é possível perceber o retorno do que é veiculado na mídia através da expressão da opinião dessas pessoas por meio de sites, blogs, redes sociais e comentários.

As publicações que vêm por esses canais de interação estão reforçando que, mesmo com acesso a Internet, os consumidores ainda não conseguem compreender o



que é veiculado nas mídias, refletindo em uma maioria de analfabetos midiáticos funcionais. Para romper essa barreira, este artigo propõe a adoção de uma múltipla alfabetização midiática, conceito criado pelo professor americano Joshua Meyrowitz e usa os comentários publicados em ciberjornais para exemplificar problemas referentes a falta desse tipo de alfabetização.

ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA

Dentre os poucos consensos possíveis de se encontrar no mundo contemporâneo, um parece evidente: a tecnologia teve papel crucial nas mudanças sociais. Basta olhar para a realidade atual, seja no viés da política, da economia ou na perspectiva social e educacional para percebermos a alteração que as tecnologias promoveram. Do telégrafo à televisão, da internet à comunicação mobile quase tudo na vida foi afetado pela tecnologia.

Mas apesar da popularidade dessa perspectiva e do entusiasmo que marca, muitas vezes o discurso sobre as novas tecnologias como ferramentas libertadoras e democratizantes na sociedade, o fato é que, na mesma medida em que ela facilita e altera nossas vidas, ela também proporciona exclusão. E exclusão em dois perfis: o dos que não têm acesso às novas ferramentas; e entre aqueles que têm acesso, mas não estão “alfabetizados” para o uso dessas ferramentas, ou seja, são capazes de usá-las, ainda que não saibam ou consigam compreender sua potencialidade. “Está demasiado claro que el progreso moral no há avanzado al mismo ritmo que El poder material” (POSTMAN, 1994, p. 143).

Com bem pontua autor, ‘coisas novas’ também vão requerer posturas diferentes, vão gerar significados diferentes. A alfabetização para esses novos meios é a forma que temos de não transformar essa parafernália em uma mera forma de ampliação de divulgação. “O telégrafo e o jornal diário mudaram o que antes chamávamos de informação. A televisão muda o que antes chamávamos de ‘debate político’, ‘notícia’ e ‘opinião pública’. O computador muda a ‘informação’ mais uma vez” (p.18). Assim, podemos afirmar que a tecnologia, de certa forma, sempre foi um embate entre ganhadores e perdedores e que as sociedades capitalistas só olham a tecnologia como um avanço, mas não podemos esquecer de contabilizar também as perdas. E, quem sabe, mais que apontar as perdas, entendermos que é necessário incluir a alfabetização para as mídias.



Jenkins (2009) ao tratar do que ele chama de Cultura da Convergência, representada pela interação do cidadão por meio das ferramentas digitais no ciberespaço, acredita que no futuro possamos repensar a educação e nossa postura como cidadão. Ele defende que ter acesso à ferramenta, pura e simplesmente, não significa ter uma atitude diferente, não representa uma modificação efetiva da realidade. Constitui tão somente estar na rede e potencializar os velhos paradigmas. Convergência, para o autor, é um caráter libertador, crítico e que só é possível de se assumir a partir de duas premissas: querer, no âmbito individual; e saber, esse ligado diretamente à alfabetização. Jenkins chega a comparar esse cidadão que não usa de maneira efetiva essas ferramentas como “analfabetos” e faz uma analogia: segundo ele, é como uma pessoa que soubesse ler, mas não soubesse escrever.

Meyrowitz (2001) fez uma proposta de alfabetização midiática tendo como base as mídias tradicionais – TV, Rádio e jornal Impresso. Ele sugere uma alfabetização na gramática da mídia, para que o receptor entenda o significado das variáveis de produção e possa ter um consumo e uma apropriação crítica e útil desses produtos. Agora, a proposta deste artigo é trazer esse olhar também para as ferramentas de interação disponíveis nas mídias na internet (sites, blogs e redes sociais).

MÚLTIPLAS ALFABETIZAÇÕES MIDIÁTICAS

Meyrowitz (2011) sustenta a ideia de que novas formas de mídias instigam novas concepções de competências, que ele conceitua, de alfabetizações. Em sua percepção, estar alfabetizado midiaticamente significa entender esses códigos em três níveis, que tem como orientação o entendimento de mídia.

Na primeira concepção, de mídia como um condutor de mensagens, a alfabetização perpassa a leitura do conteúdo além da mera recepção da palavra ou frase. Representa ser capaz de entender a mensagem em seu contexto, em seus pormenores, em sua ideologia, ou seja, na sua plenitude.

A segunda etapa da alfabetização tem como entendimento a mídia como linguagem e por isso a alfabetização diz respeito a uma gramática, ou seja, “entender o significado das variáveis de produção dentro de cada meio” (p.88). Isso implica em apreender aspectos estéticos, de espaço e tempo que cada mídia dispõe e que permite veicular determinados modelos de informação em detrimento de outros, bem como o entendimento, por meio da disposição do conteúdo, das escolhas editoriais e, portanto, ideológicas, de um veículo qualquer.



Por fim, a terceira etapa concebe a mídia como um ambiente, um espaço. Nesse olhar a alfabetização implica em perceber como a natureza desse meio permite ou não determinado tipo de informação e interação. Na avaliação do autor, ter esse conhecimento sobre a forma como a mídia trabalha e como seus dispositivos permitem ou reprimem certas atitudes e modelos de veiculação é uma forma de tornar o cidadão mais crítico e menos ingênuo com relação à produção midiática. Essa postura, na sua concepção, e também hoje de autores como Jenkins (2009), poderá no futuro levar a sociedade para uma organização mais democrática e plural, à medida que será menos ingênua e influenciada por esta.

O modelo de múltiplas alfabetizações midiáticas aqui descritas não exige um conjunto infinito de saberes que tornam alguém mídia alfabetizado, e que é irreal esperar que um programa qualquer de alfabetização midiática possa ensinar tudo que nós pudéssemos sonhar que as crianças e adultos soubessem sobre os veículos. “No entanto, uma consciência mais ampla destes três tipos de alfabetização midiática pode promover habilidades de cidadão entenderem e participarem mais intensamente de uma sociedade que se vê saturada pelos media” (p. 99)

PARA ENTENDER OS COMENTÁRIOS

Se há efetivamente uma mudança drástica no modelo da mídia na era digital é a sua potencialidade interativa. Obviamente que a interação sempre existiu com a imprensa, seja no rádio ou mesmo no jornal impresso, mas a novidade no ciberespaço é que esta acontece com muito menos restrições e muito mais dinâmica, sem precisar de outro meio para acontecer, como as cartas eram para o impresso e o telefone para o rádio. Das formas de interação os comentários, são, de longe, a ferramenta que melhor descreve este momento.

Tão comuns hoje em dia que dispor de um sistema que admita expor comentários em postagens jornalísticas parece intrínseco às produções on-line. A configuração que começou nos blogs, em 1997, foi assumida pelas empresas jornalísticas e atualmente é difícil encontrar um site de notícias que não ofereça a ferramenta de participação do leitor, mais ou menos elaboradas, em formato de comentário.

Um dos pontos mais festejados talvez seja o processo interativo, materializado no uso das ferramentas digitais. Sobre isso, recentemente, Lévy (1999) dividiu as tecnologias de comunicação de acordo com a interação que elas permitem. Para ele, a



imprensa escrita, o rádio e a TV são um modelo de comunicação de um para todos, não há reciprocidade, o receptor precisa de outros meios, como o telefone, por exemplo, para se fazer ouvir. Já o correio e o telefone são definidos por ele como uma comunicação de um para um, permitindo a reciprocidade e a interação. Por fim, ele entende o uso das ferramentas do ciberespaço como um modelo de todos para todos, porque inclui reciprocidade e interação.

A emergência dessa possibilidade de diálogo no ciberespaço mudou o hábito de parte significativa dos usuários, que se despediram do papel de meros leitores passivos, para assumirem o papel de internautas ativos. A diferença com os demais veículos é que nesse modelo a cada instante o consumidor é incentivado a contribuir, criticar e fazer-se ouvir. Formulários que permitem que o internauta escreva suas impressões e opine sobre o conteúdo produzido e disponibilizado pela imprensa representa, efetivamente, uma grande democracia muitas vezes almejada quando da crítica ao antigo modelo de mídia, centrada nos interesses exclusivos dos jornais. A “novidade” instigou diálogos inflamados sobre sua possibilidade de esse sistema modificar o jornalismo de massa. Para autores como Flew (2010) e Wilson (2010), por exemplo, o modelo poderia, talvez, incentivar um formato de jornalismo mais democrático, plural, disposto a ouvir e atender a expectativa do seu público. Ao tratar dos comentários, Barros e Sampaio (2010, p. 183) argumentam que: “Interessada por este fenômeno, há uma linha de estudos que defende essas novas ferramentas como possibilidade de um modo de fazer jornalismo mais aberto ao público ou mesmo que todo o processo seja participativo, o que se apresenta como uma reconfiguração do campo jornalístico”.

QUAL É MESMO O ASSUNTO?

Se partirmos das etapas de alfabetização midiática proposta por Meyrowitz (2001) - Conteúdo; Gramática e Meio – podemos dizer que uma pessoa é efetivamente alfabetizada para consumir e apropriar-se dos recursos da mídia se tiver uma noção mínima de seu funcionamento, de suas possibilidades e limitações e, também, da argumentação e ideologia inserida no seu conteúdo.

O recurso dos comentários nas matérias da *web* permite ter uma visão bem clara da relação que o cidadão, de uma maneira geral, tem com essa mídia, porque ela inclui as três etapas. Para comentar é preciso entender o que o jornal publicou, para então criar um juízo de valor e inserir uma opinião sobre o assunto; é preciso conhecer a ferramenta, entender o que ela dispõe como recurso de relação com o jornal e com os



demais comentaristas, como por exemplo, uso de *emoticons* (ferramentas de animação que agregam valor sentimental ao texto), ícones de curtir ou “descurtir”, entre outros. Há também a última etapa da alfabetização que é conhecer o meio, entender a proposta da ferramenta, como recurso de democratização da *mass média* e plataforma que instiga a integração entre os que partilham desse conteúdo.

Obviamente que temos consciência que o recorte de uma ou duas matérias comentadas não é uma visão totalizante sobre a relação do internauta com a ferramenta, mas, uma vez esta matéria figurando na lista das mais comentadas do portal UOL (Universo On-line), no dia de sua inserção (24/03/2013), acumulando 95 postagens, tem um valor representativo da maneira como o internauta costuma se apropriar da ferramenta.

A matéria em questão, cujo título é “Skatista de 15 anos morre atropelado por motorista embriagado na Grande SP”, era composta de sete parágrafos e dois links e notas complementares. O texto contava a história de um adolescente que andava de skate próximo à calçada quando foi atropelado por um motorista embriagado que trafegava em alta velocidade e perdeu o controle do veículo.

Entre os comentários que fugiram do assunto, ou mostraram pouco entendimento da temática está o de Almirante 77, ele escreveu: “Esperar o que de um país que tem como presidente do Senado e da Camara, dois criminosos. Em tempo, também é o país que tem o congresso mais caro do mundo: R\$ 9 bilhões” (sic). Ou seja, sua postagem mostra que em algum nível seu entendimento não foi efetivo: seja no que tange o conteúdo, já que as discussões sobre o Senado não estavam em pauta; seja na proposta da ferramenta e, portanto, no entendimento do meio. A postagem, inclusive, não contabilizou nenhum apoio dos demais participantes, que não clicaram no botão curtir o comentário, o que comprova que estava destoando da conversa.

Fora do contexto também está a postagem de Renata Bianchi*. Na mesma matéria ela escreveu: “A Folha já deu um grande passo ao restringir os comentários apenas a assinantes do jornal. Agora é necessário um passo além, promovendo uma verdadeira faxina, eliminando todos os perfis falsos, criados com CPFs frios. Há muita gente desequilibrada por aqui, os psicopatas virtuais e desocupados que negativam à vontade, porque não gostam de um determinado comentarista e manipulam os resultados, para se sentirem importantes, já que, na vida, devem ser uns fracassados.”

Na plataforma de comentários da Folha on Line há uma indicação de que mensagens dirigidas à empresa ou ao jornalista em questão (editor) devem ser



encaminhadas por e-mail. O ícone está, inclusive, disponível entre os recursos da ferramenta de comentários. Fazer uma postagem desse perfil na plataforma coletiva é desconhecer a gramática e o meio.

Também na Folha, a matéria do dia 27/03/2013, cujo título foi: “Análise Datafolha: Católicos são os mais liberais entre religiosos”, trouxe alguns exemplos de desconhecimento do uso da ferramenta. A matéria, também na lista das mais comentadas, contabilizou 8 comentários. A notícia trazia um levantamento sobre o que os católicos pensavam sobre temas polêmicos envolvendo dos dogmas religiosos e que postura eles esperavam do papa com relação a eles, como aborto, casamento homoafetivo e pílula anticoncepcional.

O primeiro comentário postado por Boca II foge do assunto e mostra que o internauta usou a ferramenta não para contribuir para o debate focado no tema, mas para expor sua opinião sobre religião. Como escreveu: “Religião é coisa inventada pelo homem, para fazer dele mesmo uma ovelhinha ou um cordeirinho..funciona até que bem.”. Ou a postagem de Nena NC. “Cada um é que tem que saber de si. E como o estado é laico, ninguém tem o direito de condenar o outro por sua opção sexual, muito menos o de restringir o direito daqueles que querem oficializar essa relação. Se dois homens ou duas mulheres querem se unir, isso é assunto pessoal deles, ninguém tem nada a ver com isso. Se isso for um pecado, eles que se entendam com Deus depois. Acho que as pessoas estão muito preocupadas em cuidar da vida dos outros e olhando muito pouco para dentro delas mesmas”. O desconhecimento fica evidente à medida que a matéria não estava discutindo uma postura do brasileiro, ou do governo, mas como os católicos esperavam que o novo papa conduzisse sua igreja.

Já o comentário de Jader vai na contramão do que foi escrito na matéria. Ele escreve: “Em raras estatísticas sérias feitas no Brasil comprovou-se que a maioria das mulheres com filhos já crescidos e criados que engravidam e resolvem abortar são católicas da classe média... A pesquisa não perguntou, mas, se perguntasse constataria que não acham nenhum problema deixar de cumprir 'algumas coisas' estabelecidas pela Igreja”. A matéria ressaltava justamente isso, que o católico é mais flexível na sua vida com alguns dogmas, embora não queria que a flexibilização chegue ao papa. Como fica claro no trecho: “Outro detalhe interessante é a diferença entre o que os fiéis acham correto e o que o papa deveria fazer a respeito. Nem todo mundo que é a favor da camisinha ou da pílula anticoncepcional acha que o papa deveria sair em defesa delas, por exemplo.”

Inclusive há um infográfico mostrando isso, a diferença entre a postura do católico e o que ele espera da ação do seu representante, destacando essa discrepância. Ou seja, não houve entendimento do conteúdo e por isso todas as demais etapas da alfabetização foram comprometidas.

PERDE A PIADA

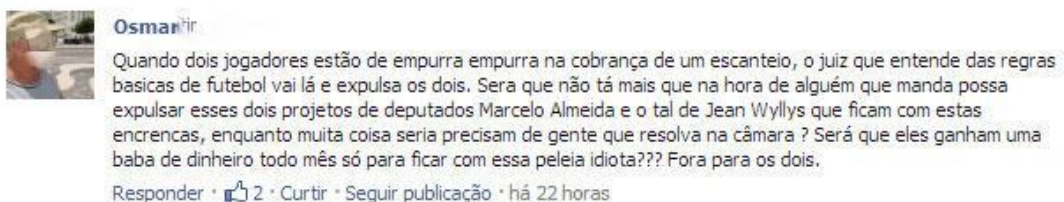
Com a multiplicação de sites de notícias no Brasil, um novo tipo de site surgiu, o de humor noticioso, onde são feitas matérias com estrutura jornalística, mas com conteúdo humorístico. É como entrar em um site de notícias que contém apenas informações falsas.

O Sensacionalista é um dos expoentes nessa área, com o slogan “Um jornal isento de verdade” eles brincam com as notícias, e explicam seu trabalho em seu site da seguinte forma: ”O Sensacionalista é um site de humor escrito pelo roteirista e jornalista Nelito Fernandes com notícias fictícias, baseadas ou não na realidade. Nosso objetivo é um só: fazer rir”.

Como exemplo de matéria produzida pelo Sensacionalista está a publicada no dia 22 de abril pelo repórter Vinícius Antunes: "Bancada gay lança projeto de lei para proibir casamento de evangélicos". A brincadeira reside em inverter os papéis, já que em 2013 vivemos uma polêmica sobre os direitos dos homossexuais promovido pela bancada evangélica, formada por deputados ligados a correntes religiosas, e os deputados que defendem os direitos dos homossexuais.

Como exemplo dos problemas de compreensão que acabam vindo à tona nos comentários está o caso do leitor chamado Osmar, que opinou na matéria sugerindo a retirada dos deputados ligados às correntes por achar esse tipo de proposta um deserviço. Como escreveu: “Sera que não tá mais que na hora de alguém que manda possa expulsar esses dois projetos de deputados Marcelo Almeida e o tal de Jean Wyllys que ficam com estas encrencas, enquanto muita coisa seria precisam de gente que resolva na câmara ? Será que eles ganham uma baba de dinheiro todo mês só para ficar com essa peleia idiota??? Fora para os dois.”(comentário)

Figura 1 - Comentário feito na matéria do Sensacionalista acreditando na notícia falsa



Também serve de exemplo a notícia "Casal de São Paulo batiza o filho como Facebookson e causa polêmica no mundo", publicada no dia 29 de setembro de 2011. E que teve diversas reações criticando a escolha dos pais ou mesmo dos cartórios por aceitarem esse tipo de nome para registro. Como exemplo dos mais de seis mil comentários recebidos, sendo boa parte acreditando na informação divulgada, está o da Márcia, que chama de “imbecis” os pais do pequeno e hipotético Facebookson.

Figura 2 - Crítica de uma das leitoras sobre a matéria inventada pelo Sensacionalista.



Outro exemplo de site que faz notícias falsas com o propósito humorístico é o G17, que se diz em sua descrição um jornal de humor sem compromisso com a verdade. Na matéria “Deputado quer aprovar a Lei Daniela Mercury: que obriga o brasileiro a sair do armário”, que coincidentemente também brinca com a questão do direito dos homossexuais, muitos leitores acreditaram que haveria mesmo uma lei obrigando os brasileiros a assumirem ser homossexuais. Como de costume, o leitor que não compreende a brincadeira acaba destoando também nos comentários, sendo em alguns casos agressivo, como no caso da leitora Manu, que criticou o suposto desejo do deputado em ser mulher.

Figura 3 - Leitora do G17 não entende a piada e parte para a agressividade



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cada nova tecnologia criada, uma nova separação surge entre os que dominam e conseguem tirar proveito dela e os que ficam às margens das possibilidades que ela traz. Foi assim com a escrita, com a TV e vem sendo agora com a internet. Ao contrário



de outras situações históricas onde houve uma separação feita por uma tecnologia, hoje com as capacidades interacionais que a *World Wide Web* oferece, principalmente através de comentários, ficaram expostas as pessoas que estão superficialmente incluídas, os analfabetos funcionais, que conseguem ler, mas não conseguem entender, que acessam o jornal, mas não compreendem os fatos ou mesmo os que não conseguem separar uma piada de uma notícia.

Por muitos anos pensou-se que era preciso acabar com o analfabetismo para que conseqüentemente o país crescesse e se desenvolvesse, mas será que isso basta? Quando vemos pessoas que conseguem escrever, ler, conectar na internet, mas estão impossibilitadas de fazer interpretações próprias sobre os fatos, de forma crítica no sentido amplo da palavra, o que temos? Uma ovelha, um seguidor cego, uma pessoa que se não completamente indefesa ante as manipulações da comunicação, fracamente protegida contra elas.

Não é acreditar piamente, como se fazia antigamente na teoria Hipodérmica, por exemplo, que os meios de comunicação ditam ordens e os leitores, telespectadores e outros apenas obedeceriam, é reconhecer o poder da influência da mídia e também da falta de preparo para lidar com esse tipo de mensagem.

Os problemas gerados pelos atrasos sociais do Brasil, como o analfabetismo, precisam ser combatidos, mas saber ler e escrever não é o suficiente mais, é preciso de uma alfabetização midiática. Boa parte do dia as pessoas são bombardeadas por meios de comunicação e não estão preparadas, como foi apresentado, para lidar com essas informações.

Uma alfabetização midiática não pode ser rasa, precisa ser crítica e deve ser incorporada ao pensamento da sociedade, para isso talvez seja necessário incluir nas aulas das escolas de ensino médio e fundamental, ou criar cursos para todas as pessoas, ou incluir nas ementas das faculdades. A resposta ainda é uma dúvida. Para saber qual caminho tomar são necessários mais estudos e testes a respeito, mas o primeiro passo foi dado, o reconhecimento do problema e qual é a solução para ele.

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Adolph, 2009.



LÈVY, Pierre. **A Revolução Contemporânea em Matéria de Comunicação**. In MARTINS,

MARQUES DE MELO, José. **Teoria do jornalismo: Identidades Brasileiras**. Ed. Paulus, 2006 p. 280.

Meyrowitz (2001). **As múltiplas alfabetizações midiáticas**. Revista Famecos. Nº 15. Porto Alegre, agosto de 2001.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio, a rendição da cultura à tecnologia**. Nobel. 1994

SAMPAIO, Rafael Cardoso. **Deliberação no jornalismo online: um estudo dos comentários do Folha.com**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 23, p. 183- 202, julho/dezembro 2010.

SILVA, Juremir M. da. Para Navegar no Século XXI. **Tecnologias do Imaginário e da Cibercultura**. EDIPUCRS, Porto Alegre, 1999.

SOARES, Magda Becker. **As muitas facetas da alfabetização**. XVI Seminário da Associação Brasileira de Tecnologia Educacional – ABNT. Porto Alegre, 4 de novembro de 1984.