

Até Breve, Haiti A História De Haitianos Traficados Ao Brasil¹

Murilo Nascimento Salviano GOMES²

Thiago Dutra VILELA³

Fernando Oliveira PAULINO⁴

Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

O escopo deste webdocumentário é ampliar o espaço de expressão de haitianos que se sujeitam ao tráfico de migrantes em busca de melhores condições de vida na América do Sul. Além de todos os desafios do percurso, eles ainda enfrentam o preconceito de parte da população brasileira, que enxerga com maus olhos tal imigração. Este trabalho, assim, tenta criar uma aproximação entre o cidadão brasileiro e o imigrante haitiano, por meio dos recursos audiovisuais e interativos de um webdocumentário. O portal, adaptado inclusive para plataformas e telas móveis, traz um pacote de vídeos, textos, hiperlinks e até uma fotografia em 360°. O projeto contou com a colaboração de estudantes de jornalismo do Instituto Universitário de Tecnologia de Lannion, vinculado à Universidade de Rennes I, na França. Disponível pelo endereço <www.atebrevehaiti.com>.

PALAVRAS-CHAVE: haiti; tráfico de migrantes; imigração; webdocumentário; convergência midiática.

1. INTRODUÇÃO

Este projeto lança mão de ferramentas oferecidas pela Internet, principalmente a narrativa do webdocumentário, para o desenvolvimento de uma reportagem sobre a chegada e a integração de haitianos no território brasileiro.

O webdocumentário é um produto audiovisual interativo que se faz possível graças à evolução da Internet na última década. Samuel Gantier e Laure Bolka (2011, p. 119) definem o webdocumentário como "um filme interativo que mistura fotografias, vídeos, sons, textos, mapas e elementos gráficos, associados à potencialidade da web participativa (fóruns sociais, chats, geolocalização, base de dados e etc)"⁵. (tradução nossa)

Para a produtora multiplataforma *Cross Content*, que promove e executa projetos transmídia no Brasil, o webdocumentário adapta para a Internet a linguagem documental

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na categoria Produção Transdisciplinar, modalidade PT 11 Produção multimídia.

² Aluno líder do grupo e recém-graduado no curso de comunicação social, habilitação jornalismo, na Universidade de Brasília. Email: salvianomurilo@gmail.com

³ Recém-graduado no curso de comunicação social, habilitação jornalismo, na Universidade de Brasília. Email: tdvilela@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Email: paulino@unb.br

⁵ Le web documentaire est un film interactif qui mélange des photographies, vidéos, sons, textes, cartes et éléments graphiques, associés aux potentialités du web participatif (forums sociaux, chat, géo-localisation, bases de données, etc).

criada para a televisão e para o cinema. Além disso, “acrescenta a capacidade de interação e participação típicas da web e rompe com a linearidade da narrativa, já que o internauta pode escolher o que ver e em que ordem ver”⁶. Desta forma, o espectador transforma-se em um agente ativo sobre a leitura da notícia.

Essa linguagem é ainda pouco utilizada pelo jornalismo brasileiro, mas muito explorada por sites de notícia da Europa e da América do Norte, principalmente da França, do Canadá e dos EUA – onde é comum os sites possuírem uma sessão exclusiva para webdocumentários. Grandes veículos de informação franceses, por exemplo, como o *Le Monde*⁷, *France 24*⁸ e *Libération*⁹, já criaram uma editoria especial de webdocumentários em suas páginas na web. A *Radio France Internationale*, em parceria com a *France 24*, possui inclusive uma premiação¹⁰ anual para os melhores webdocumentários de língua inglesa e francesa. A premiação existe desde 2009. No Brasil, dentre os cinco principais sites de informação¹¹ – *Uol*¹², *Globo.com*¹³, *Yahoo*¹⁴, *IG*¹⁵ e *Terra*¹⁶ – nenhum possui uma editoria fixa de webdocumentários.

Deve-se entender o sucesso dos webdocumentários em países europeus e da América do Norte não apenas como um reflexo da convergência midiática e de uma evolução no suporte, mas como uma mudança comportamental no perfil dos espectadores. Essa transformação no comportamento do público é objeto de estudo do pesquisador Henry Jenkins em publicações como “Cultura da Convergência” (2009). O público tem colaborado cada vez mais com o trabalho dos jornalistas, principalmente após o avanço tecnológico de celulares e câmeras fotográficas, capazes de registrar cenas e enviar arquivos em instantes. O internauta pede um espaço cada vez mais interativo nos portais de notícia online, onde ele possa comentar, compartilhar fotos e agregar um novo olhar sobre uma reportagem:

⁶ Conteúdo disponível no site “Webdocumentário” da Cross Content, acessado no dia 10 de julho de 2013. Disponível em <<http://www.webdocumentario.com.br/webdocumentario/index.php/sobre-este-site>>

⁷ Disponível em <<http://www.lemonde.fr/webdocumentaires/>>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

⁸ Disponível em <<http://www.france24.com/fr/webdocumentaires>>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

⁹ Disponível em <<http://www.liberation.fr/webdocumentaire.99916>>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹⁰ Disponível em <<http://www.rfi.fr/contenu/prix-webdocumentaire>>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹¹ Ranking baseado nas pesquisas da empresa de ciber-informação Alexa, que mede o tráfego global da internet, disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹² Disponível no link <www.uol.com.br>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹³ Disponível no link <www.globo.com>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹⁴ Disponível no link <www.yahoo.com>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹⁵ Disponível em <www.ig.com.br>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

¹⁶ Disponível em <www.terra.com.br>, acessado no dia 10 de julho de 2013.

Não é segredo que ocorreu uma mudança de paradigma no modo como o mundo consome as mídias. Ouvimos todo aquele discurso apocalíptico. O comercial de 30 segundos morreu. A indústria fonográfica morreu. As crianças não assistem mais à televisão. As velhas mídias estão na UTI. Mas a verdade é que continuam produzindo música, continuam veiculando o comercial de 30 segundos, um novo lote de programas de TV está prestes a estrear, no momento em que escrevo estas linhas – muitos direcionados a adolescentes. As velhas mídias não morreram. Nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de muitas transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceitá-las. (JENKINS, 2006, p. 10)

Jenkins (2006, p. 37) aponta o cientista político Ithiel de Sola Pool como o primeiro pesquisador a abordar o conceito de convergência dos veículos de comunicação. POOL, em sua obra *Technologies of Freedom* (1983), analisou a dissolução das fronteiras entre o correio, o telégrafo e o telefone, classificando tal processo como “convergência de modos”. Para Jenkins, a Internet acelerou a dissolução da correspondência um a um que existia entre um meio de comunicação e seu uso, e diminuiu ainda mais as fronteiras que existiam entre diversas plataformas de mídia.

Decidiu-se, portanto, contar a história de haitianos que arriscam suas vidas nas mãos de traficantes por meio da linguagem dos webdocumentários. A reportagem foi intitulada como “Até Breve, Haiti – a história de haitianos traficados ao Brasil”. O conteúdo pode ser acessado pelo endereço <www.atebrevehaiti.com>.

2. OBJETIVO

2.1. Geral

O webdocumentário pretende promover uma reflexão sobre o recente processo migratório de haitianos para o Brasil, por meio de uma plataforma multimídia.

2.2. Específicos

- Registrar depoimentos de haitianos que chegam ilegalmente ao país, para que eles possam expressar as vontades e as necessidades que impulsionaram a migração.
- Entender e estimular compreensão do debate acerca da imigração haitiana, sobre a instalação e o futuro dessa população em solo brasileiro.
- Explorar as ferramentas técnicas da internet para criar um produto audiovisual com características inovadoras e atraentes.

3. JUSTIFICATIVA

3.1. Temática

O produto tenta promover a interação entre brasileiros e haitianos, baseado no pressuposto de que matérias factuais não esgotam a complexidade da temática do tráfico de haitianos, que envolve um importante processo social. Para o diretor executivo da ADITAL¹⁷, Ermanno Allegri, “encontramos mais notícias e menos reportagens” sobre a temática do tráfico de pessoas. “[...] Isto é, mais descrição de acontecimentos e menos aprofundamento da problemática. Isso pode deturpar a compreensão do problema, e transformá-lo em curiosidade ou em ‘caçada policial’” (2012, p. 112).

Durante a apuração da reportagem, notou-se que grande parte do descontentamento de brasileiros acerca da imigração haitiana decorre de um problema comunicacional. Os haitianos chegam ao país e se agrupam entre seus semelhantes, tentando não "atrapalhar" a rotina dos nativos. Da mesma forma, brasileiros evitam a interação por medo do diferente, do estrangeiro. Em entrevista disponível no webdocumentário, o secretário de Direitos Humanos e Justiça do Estado do Acre relata a reação dos habitantes de Brasiléia (AC) com a chegada dos haitianos. “A população de Brasiléia ficou ‘admirada’ vendo aquele número de pessoas, todos negros, vindos do Haiti. Chamava a atenção”. Mesmo após dois anos de coexistência com os haitianos, os habitantes da cidade continuam a observá-los com maus olhos, segundo o secretário. “A população de Brasiléia se encontra exaurida e cansada da presença de tantos imigrantes estrangeiros na sua área urbana”, contou à reportagem.

O motivo dessa intolerância e falta de aderência entre os dois grupos decorre de uma falha na comunicação de ambos. A maioria dos habitantes de Brasiléia que foram entrevistados se mostravam desinteressados pela migração haitina. Essas pessoas afirmavam nunca ter conversado com algum dos imigrantes – mesmo morando há poucos metros do alojamento.

O problema de comunicação entre os dois grupos acentua-se devido às diferentes línguas faladas por ambos, fato que atrapalha inclusive o governo durante as ações humanitárias. Todos os haitianos falam crioulo, muitos falam francês e poucos dominam o espanhol – não há dados oficiais sobre as línguas faladas dentro do acampamento.

Dominique Wolton (2004) destaca a coabitação cultural como um dos maiores empecilhos para estabelecer a comunicação nos tempos modernos. O progresso técnico, em

¹⁷ Agência de Informação Frei Tito de Alencar para América Latina

termos de suporte e mídia – como a criação da internet, telefonia via rádio e etc –, acaba aproximando com mais agilidade emissores e receptores com maiores contrastes culturais, de qualquer parte do globo terrestre. Isto posto, é preciso que haja uma disposição mútua de compreensão entre eles, pois “a identidade não é mais o obstáculo para a comunicação, mas sua condição” (2004, p. 20).

“A comunicação bem-sucedida não conduz ao domínio do ‘mesmo’, mas sim ao do ‘diferente’. E esse horizonte da alteridade e da incomunicação constitui, provavelmente, a definição, a beleza da comunicação, limitando assim as imagens um pouco simplistas de um mundo de semelhanças. [...] Em outras palavras, contribuir para salvar o paradigma da comunicação também é contribuir para preservar o que se lhe segue e talvez seja o último valor à nossa disposição: a humanidade”. (WOLTON, 2004, p. 482)

Deve-se ressaltar que “informação não cria comunicação” (p. 15), como observa o Wolton, e “é a interação mesmo que define a comunicação” (p. 31). Para isso, a internet foi escolhida como mídia deste produto de comunicação; para que a interação com os haitianos não seja estabelecida apenas pela comunidade de Brasília, mas por qualquer internauta, independentemente de sua posição geográfica. A partir de então, houve a busca inicial por um formato atraente – posto que no espaço da web os usuários se comportam de maneira ativa, à procura do que lhes interessa – e inovador – pois o projeto compõe um trabalho acadêmico de pesquisa. Nesse sentido, buscou-se adaptar a reportagem para o universo dos webdocumentários, artifício ainda pouco explorado por veículos de comunicação no Brasil.

Além de abordar a questão haitiana, o projeto traz a debate a pauta do tráfico de pessoas, “praticamente inexistente no Brasil” (DIAS; SPRANDEL, 2012, p. 93) até 2004, quando o país ratificou a Convenção de Palermo. O combate ao tráfico de migrantes no Brasil intensificou-se recentemente, em 2001, a partir de uma cooperação técnica internacional criada entre o Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime (UNODC) e a Secretaria Nacional de Justiça. A luta ganhou força em 2002 após o lançamento de uma pesquisa do Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes (CECRIA) que desbaratinou redes de tráfico de pessoas e exploração sexual.

3.2. Suporte

O mercado da internet evoluiu nas últimas décadas. O consumo potencial do brasileiro na web também se expandiu. Em 2013, o Brasil foi um dos países analisados pelo

relatório “Tracking the Future of News”¹⁸ da *Reuters Institute for the Study of Journalism*. A pesquisa foi elaborada no cerne do Departamento de Políticas e Relações Internacionais da Universidade de Oxford, e comparou o desenvolvimento da indústria de notícias em nove países: Brasil, Reino Unido, Alemanha, Espanha, Itália, França, Dinamarca, Estados Unidos e Japão.

De acordo com os resultados, o Brasil é o país onde o público mais tem o hábito de pagar para ter acesso a conteúdos online. Do total de entrevistados, 24% afirmou ter pagado para consumir algum tipo de notícia pela internet no último ano. Dentre os que não fizeram qualquer tipo de remuneração, 58% declarou estar propenso a fazer tal investimento no futuro “em fontes que gostam”.

Nesse sentido, o webdocumentário “Até Breve, Haiti” lança mão de potencialidades hodiernas da Internet na tentativa de construir uma plataforma pautada nos Direitos Humanos, levando em conta que “se tráfico de pessoas é um crime, migrar é um direito” (DIAS; SPRANDEL, 2012. p. 93). E é nessa perspectiva, de mostrar cidadãos em busca de Direitos Humanos, que este webdocumentário buscou ganhar forma, foco e força.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 O desenvolvimento gráfico

Para descrever os métodos e técnicas utilizados para a construção do webdocumentário “Até breve, Haiti”, deve-se perscrutar a fonte acadêmica deste pesquisador. O primeiro contato com os chamados “webdocs” aconteceu durante um intercâmbio realizado no *Institute Universitaire de Technologie* (IUT) de Lannion, instituição ligada à Universidade de Rennes I, na França. A produção de webdocumentários tem crescido a tal ponto no mercado francês que o estudo desse suporte adentrou os cursos de jornalismo no país.

Após decidir que a reportagem sobre o tráfico de haitianos tomaria a forma de um webdocumentário, o pesquisador contou com o apoio e a experiência de estudantes franceses para a adaptação do conteúdo. Houve troca semanal de emails, busca por webdocumentários de referência e discussões sobre o uso de ferramentas online para a navegação no site. Dessa forma, toda a parte gráfica foi sendo construída a três mãos: pelo

¹⁸ Relatório publicado na página oficial da Reuters Institute, acessado no dia 14 de julho. Disponível no link: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/Publications/Working_Papers/Digital_News_Report_2013.pdf

pesquisador e pelos franceses Gurvan Kristanadjaja e Nolwenn Guyon. Após a idealização do *design*, o recém-graduado em jornalismo pela UnB Thiago Dutra Vilela adentrou no projeto para a execução da plataforma.

4.2 Couchsurfing

Para a realização deste projeto de webdocumentário, o pesquisador buscou apoio da webcomunidade Couchsurfing¹⁹. O Couchsurfing funciona como uma rede social cujo objetivo é proporcionar a integração entre mochileiros do mundo todo. O nome da rede já tenta explicar a sua utilidade. Vindas da língua anglo-saxônica, as palavras "couch" (sofá) e "surfing" (surfando) formam a ideia de surfar – conhecer, dormir – em sofás alheios. O usuário se cadastra, monta o seu próprio perfil e encontra viajantes que abrem as portas de casa para acolher mochileiros.

O modo de operação do site é simples. O internauta escreve o nome de uma cidade que deseja visitar e a rede lhe mostra todos os usuários que podem acolhê-lo. A grande vantagem desse sistema é que os "surfistas" de sofá não precisam pagar nada pela hospedagem. Os anfitriões os recebem pelo singelo prazer de compartilhar experiências de vida e visões de mundo. É uma forma de viajar sem ter de sair de casa: o estrangeiro vem até você.

A página web do Couchsurfing traz a seguinte definição para o programa: “Nós vislumbramos uma mudança de mundo por meio da viagem [...]. *Couchsurfers* [usuários do Couchsurfing] compartilham suas vidas com as pessoas que encontram, promovendo trocas culturais e respeito mútuo”²⁰ (tradução nossa).

Segundo dados fornecidos pelo site, o Couchsurfing possui mais de 6 milhões de membros, espalhados em cerca de 100 mil cidades no mundo. No total, os usuários compõem um grupo que domina 1.270 línguas – incluindo dialetos. Em média, cada usuário fala 3,87 idiomas, sendo o inglês o mais expressivo: 82,7% dos "surfers" se comunicam através da língua anglo-saxônica.

Por meio do Couchsurfing, organizou-se grande parte da logística do projeto. Foram enviados pedidos de alojamento em Rio Branco, no Acre, e três pessoas responderam

¹⁹ www.couchsurfing.org

²⁰ “We envision a world made better by travel [...]. Couchsurfers share their lives with the people they encounter, fostering cultural exchange and mutual respect”. Trecho retirado do site oficial do Couchsurfing. Conteúdo acessado no dia 15 de julho de 2013. Disponível no link: <https://www.couchsurfing.org/n/about>

positivamente. O pesquisador ficou hospedado na casa de duas delas. Ambas tiveram participação importante neste webdocumentário. Os anfitriões mostraram a cidade, deram dicas de alimentação, transporte e segurança.

A primeira pessoa a receber o pesquisador foi uma estudante de economia. Entusiasmada pelo projeto, ela inclusive prestou apoio técnico em algumas entrevistas – após receber instruções básicas de operacionalização do material, como microfone e câmera. O segundo anfitrião foi um advogado goiano, delegado da Polícia Civil. Durante as folgas, ele acompanhou a produção do webdocumentário no estado do Acre e na fronteira de Brasiléia (AC) com o município boliviano Cobija.

4.3 Orçamento

Ressalta-se que os seguintes gastos (detalhes no anexo 1) ficaram muito abaixo do que foi previsto no início da produção do webdocumentário. O orçamento inicial para o trabalho girava em torno de R\$ 5.200,00. Por não dispor de tais meios financeiros, o pesquisador buscou formas de cortar gastos, principalmente com hospedagem e aluguel de equipamentos. Por meio do Couchsurfing, houve economia de R\$ 840, tomando como base o preço da rede hoteleira de Rio Branco (AC). O projeto priorizou o empréstimo de microfones, câmeras de filmagem, tripé e ilha de edição, em vez de optar pelo aluguel dos equipamentos. As passagens aéreas foram compradas durante promoção das companhias aéreas. O trecho Brasília–Rio Branco custa em média R\$ 450,00. Ida e volta sairiam em torno de R\$ 900,00. Em uma promoção relâmpago, ambas as passagens custaram R\$ 316,80.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O webdocumentário é dividido em dois capítulos e composto por 20 vídeos, 21 inserções de texto, uma fotografia interativa em 360°, duas galerias de fotos e uma barra menu. O primeiro capítulo narra a chegada dos haitianos até o Brasil. Os imigrantes contam seus sonhos, motivações e os desafios do percurso. O primeiro capítulo também traz entrevistas com representantes da Polícia Civil e Secretaria de Direitos Humanos e Justiça do Acre. O segundo capítulo dedica-se em mostrar a adaptação dos haitianos em solo brasileiro, tomando como recorte a instalação de haitianos capital federal, Brasília (DF).

O webdocumentário ainda traz ao internauta a opção de *hiperlinks* para complementar os depoimentos dos entrevistados, como informações sobre o terremoto que

atingiu o Haiti em 2010. Esse recurso redireciona o leitor para reportagens factuais de diferentes sites de notícia e o permite recapitular acontecimentos citados nas entrevistas.

O formato final do webdocumentário “Até Breve, Haiti” é uma segunda versão do conteúdo original. Antes de o projeto ser apresentado à banca julgadora da Universidade de Brasília, o webdocumentário se chamava “Plano Haiti” e se encontrava no endereço <planohaiti.com>. Após avaliação do corpo discente e de sugestões de internautas, o projeto ganhou novo formato e recebeu atualização de softwares. A mudança visou facilitar o caminho de leitura do conteúdo e retirar elementos técnicos que atrapalhavam a navegação do site.

Toda a produção do webdocumentário, da etapa de pré-apuração até a finalização do layout, durou seis meses (detalhes no anexo 2).

6. CONCLUSÕES

A linguagem do webdocumentário está plena evolução, e é muito promissora para as plataformas de jornalismo online. Ela consegue explorar múltiplas funções audiovisuais oferecidas pela Internet de uma forma harmônica, por meio de um *design* simples e intuitivo para os usuários.

A produção de webdocumentários no Brasil é ainda tímida se comparada a outros países da Europa e da América Norte, mas a tendência é de expansão nesse mercado. Os brasileiros passaram a consumir cada vez mais informação on-line. Segundo a *Reuters Institute*, o Brasil é o país cuja população se mostra mais propensa a pagar por esse tipo de conteúdo.

Além de ser um formato inovador, o webdocumentário é capaz de criar um espaço de aprofundamento da notícia dentro do universo da web. Ele atrai espectadores interessados em fazer uma releitura de determinados assuntos, como a questão da imigração haitiana no Brasil.

O propósito do webdocumentário “Até Breve, Haiti – a história de haitianos traficados para o Brasil” foi cumprido. Ele abriu espaço de fala aos haitianos e tornou o discurso desses imigrantes acessível para a população lusófona – e futuramente ganhará uma versão em francês, que já está em produção. O maior desafio foi tentar condensar a enorme gama de informações relacionadas ao assunto. Cada um dos subtemas – a viagem para o Brasil, os sonhos, as condições precárias do alojamento e outros – mereceria um maior aprofundamento, mas foi preciso escolher um recorte para a reportagem.

O webdocumentário também se preocupou com a instalação dos haitianos no Brasil. O debate não ficou hermético ao caos vivido em Brasília, no Acre, mas se preocupou com a adaptação desses imigrantes dentro do país – a busca de emprego, de moradia, por exemplo. Tomando como pressuposto de que “migrar é um direito humano”, a reportagem cobrou soluções de ordem legislativas, principalmente quanto à formalização de uma lei de imigrações.

Vê-se, portanto, o uso social de um webdocumentário capaz de criar, por meio da Internet, uma interação entre estratos tão distantes de uma sociedade. Estamos diante da floração de uma nova plataforma midiática a serviço da cidadania. O webdocumentário “Até Breve, Haiti” é um humilde passo nessa evolução do jornalismo on-line.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLEGRI, Ermanno. *Nossa relação com a mídia: como incentivar seu papel político e pedagógico no combate ao Tráfico de Pessoas*. In: Tráfico de Pessoa e Trabalho Escravo. 1ª edição. Brasília: Edição CNBB. 2012.

ALMEIDA, Paulo Sérgio de. *Migração e Tráfico de Pessoas*. In: ACNUR & INSTITUTO MIGRAÇÕES E DIREITOS HUMANOS. Cadernos de Debates Refúgio, Migrações e Cidadania, v. 7, n. 7. Brasília: Instituto Migrações e Direitos Humanos. 2012.

ANJOS, Fernanda Alves do; OLIVEIRA, Mariana Siqueira de Carvalho. Política Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas: transversalidade, complexidade e desafios. In: Tráfico de Pessoa e Trabalho Escravo. 1ª edição. Brasília: Edição CNBB. 2012.

BAUER, Marcelo. Os webdocumentários e as novas possibilidades da narrativa documental. 2011. Disponível em
<http://webdocumentario.com.br/webdocumentario/Os_webdocument%C3%A1rios_e_as_novas_possibilidades_da_narrativa_documental_Marcelo_Bauer.pdf>

DIAS, Guilherme Mansur; SPRANDEL, Marcia Anita. *A CPI do Tráfico de Pessoas no contexto do enfrentamento ao Tráfico de Pessoas no Brasil*. In: ACNUR & INSTITUTO MIGRAÇÕES E DIREITOS HUMANOS. Cadernos de Debates Refúgio, Migrações e Cidadania, v. 7, n. 7. Brasília: Instituto Migrações e Direitos Humanos. 2012.

GANTIER, Samuel; BOLKA, Laure. *L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion*. In : Les Cahiers du Journalisme n° 22/23. 2011. Disponível em
<http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/22_23/08_BOLKA_GANTIER.pdf>.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

ANEXO 1: PLANILHA DE GASTOS

Passagens aéreas para Rio Branco (ida e volta)	R\$ 316,80
Hospedagem Brasília	R\$ 50,00
Combustível	R\$ 200,00
Alimentação	R\$ 560,00
Compra de equipamento	R\$ 310,00
Total	R\$ 1.436,80

ANEXO 2: ETAPAS DE PRODUÇÃO

	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto
Pré-apuração	x	x	x			
Produção		x	x	x	x	x
Leitura teórica		x	x	x	x	x
Apuração			x	x	x	x
Pós-produção				x	x	x

5.3.1. Pré-apuração

Entrevistas para coletar informações, busca de dados oficiais, leitura de reportagens antigas sobre o assunto e busca de fontes.

5.3.2. Produção

Busca de recursos financeiros, empréstimo de equipamentos (filmagem, captura de som, ilha de edição) e reunião com profissionais do audiovisual para escolher uma estética para os vídeos.

5.3.3. Leitura teórica

Busca e leitura de bibliografia sobre webdocumentários e tráfico de migrantes.

5.3.4. Apuração

Viagem - Brasiléia (AC), Epitaciolândia (AC), Rio Branco (AC), Xapuri (AC), Cobija (Bolívia) -, gravação de entrevistas e contato com fontes.

5.3.5. Pós-produção

Edição de todo o material coletado durante as etapas anteriores e criação do layout do webdocumentário.