



Erros dos webjornais nas redes sociais: análise da interação mútua com os leitores¹

Lívia de Souza Vieira²
Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC

RESUMO

O caráter relacional presente no conceito de interação mútua mediada por computador (PRIMO, 2007) é o ponto de partida para a reflexão proposta neste artigo, bem como a identificação das especificidades da conversação em rede (RECUERO, 2012). Entendemos que a presença de webjornais nos sites de redes sociais constituem não somente um meio para divulgação de notícias, mas também um espaço importante de relacionamento com os leitores por meio da interação mútua. Dessa forma, analisamos como a não admissão de erros por parte dos webjornais afeta a possibilidade iminente de interação mútua e a credibilidade. São três os exemplos: postagem do jornal O Globo no Facebook e tweets dos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo no Twitter.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo digital; erro; interação mútua; relacionamento; leitores

1) INTERAÇÃO MÚTUA MEDIADA POR COMPUTADOR

A conversação é o gênero mais básico da interação humana e foi considerada por Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) como a pedra sociológica fundamental da interação entre os homens.³ Sócrates, um dos mais importantes filósofos da história, chegou a criar no século IV a.C um método para o diálogo (método socrático), pois acreditava nas perguntas e respostas como meio para atingir a verdade, o bem e a justiça.

Desta forma, entende-se que as tecnologias digitais, por meio da Comunicação Mediada por Computador (CMC), surgem como um novo meio de apropriação para diálogos e conversações há muito já existentes. Conforme salienta Recuero (2012, p. 10), as ferramentas computacionais evoluíram para serem espaços conversacionais. “Espaços

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de Maio a 01 de Junho de 2013.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Docente do curso de Jornalismo da Associação Educacional Luterana Bom Jesus-IELUSC. Email: liviasvieira@uol.com.br.

³ Na apresentação do livro “A conversação em rede” (RECUERO, 2012, p. 9), o professor Júlio Araújo traz essa definição e acrescenta que é importante olharmos para ela como um gênero basilar o qual é afetado por seu contexto imediato e pelas tecnologias que sustentam, registram e atualizam as reelaborações pelas quais passam esse gênero.



onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação, buscando estabelecer e ou manter laços sociais” (RECUERO, 2012, p. 16).

Para compreender o conceito de interação, recorremos ao estudo de Primo (2007), que constrói uma diferenciação entre interação reativa e interação mútua. Segundo o autor, a primeira depende da previsibilidade e da automatização nas trocas, ou seja, é pré-determinada por sistemas informáticos programados (por exemplo, a interação em um jogo de videogame, que é limitada pelas possibilidades já planejadas dentro do sistema). Já a interação mútua se “desenvolve em virtude da negociação relacional durante o processo” (PRIMO, 2007, p. 149).

É justamente o caráter relacional presente na interação mútua mediada por computador que mais nos interessa nesse estudo. A apropriação deste conceito nos permite refletir acerca do relacionamento estabelecido entre webjornais de referência e seus leitores nos sites de redes sociais. Entendemos que a presença de webjornais no Facebook e Twitter, por exemplo, constituem não somente um meio para divulgação de notícias, mas também um espaço importante de relacionamento com os leitores por meio da interação mútua.

Ao abordar as conversações que emergem nas redes sociais, Raquel Recuero afirma que “mais do que meras interações, essas milhares de trocas entre pessoas que se conhecem, que não se conhecem ou que se conhecerão representam conversações que permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais na internet” (RECUERO, 2012, p. 17). A autora ainda percebe a conversação mediada pelo computador como uma apropriação de um sistema técnico (sites de redes sociais, por exemplo) para uma prática social (os diálogos ali construídos).

Nesse sentido, o jornalismo utiliza há décadas práticas de interação mútua por meio da participação dos leitores em diversas etapas da produção da notícia: cartas, ligações telefônicas, comentários ao vivo em rádio e TV, entre outros. A natureza dessas participações vão desde sugestão de pautas e opiniões a apontamento de erros. O que difere a participação dos leitores no contexto das tecnologias digitais é a facilidade de comunicação com o veículo e a disseminação da própria participação.



As tecnologias digitais têm servido como motivador para uma maior interferência popular no processo noticioso. Tal processo tem como fator inicial a ampliação das formas de acesso à Internet: a queda progressiva do custo de computadores e de conexão; a multiplicação de serviços e pontos de acesso gratuito (como em telecentros, ONGs e outras instituições comunitárias), cibercafés e pontos de conexão sem fio (Wi-Fi). Além disso, blogs (incluindo fotoblogs e moblogs), wikis e as tecnologias que simplificam a publicação e cooperação na rede favorecem a integração de qualquer interagente no processo de redação, circulação e debate de notícias. (PRIMO e TRASEL, 2006, p. 4)

Além do fator tecnológico, a colaboração que marca a Web 2.0 é parte intrínseca da cultura que se desenvolve nos meios digitais. Ao realizar uma antropologia no ciberespaço, Maria Elisa Máximo exemplifica que os blogs surgem em meio a um conjunto de fenômenos que enfatizam a colaboração em rede, “que se desdobram numa série de ações voltadas à universalização dos meios de produção e de acesso às tecnologias, às informações e ao conhecimento” (MÁXIMO, 2007, p. 28).

Este mesmo fenômeno percebido nos blogs é claramente visto no jornalismo digital, por meio da inserção de comentários nos sites dos webjornais e, posteriormente, por meio da presença nos sites de redes sociais. Primo e Trasel afirmam que “é preciso apontar os discursos em defesa da livre circulação de informações como outro fator que inspira e justifica a emergência de experiências com jornalismo participativo” (PRIMO e TRASEL, 2006, p. 4).

No entanto, embora os comentários tenham posição de destaque nos blogs, nos webjornais eles ocupam um espaço bem mais tímido, isso quando ocupam, já que os sites noticiosos de referência não disponibilizam a possibilidade de comentários em todas as notícias. Novamente fazendo referência aos blogs, Primo chama atenção para o potencial dialógico dos comentários:

É interessante notar que os blogs, outrora cenário de interações reativas, hoje se abrem para intenso confronto de ideias (configurando, pois, interações mútuas). Os blogs surgiram como uma ferramenta para os internautas disponibilizarem seus diários pessoais e suas impressões sobre os mais diversos assuntos. Hoje, porém, diversos recursos são agregados a eles para que os visitantes possam deixar seus comentários sobre o que leram. Com a incorporação do recurso de comentários, os blogs se tornaram verdadeiros fóruns para a discussão dos mais diferentes tópicos” (PRIMO, 2007, p. 132)



Basta uma breve visita aos principais webjornais do país para comprovar que os comentários nas notícias também constituem fóruns para a discussão sobre os mais diferentes tópicos. No entanto, grande parte dessas discussões não têm agradado as cúpulas de alguns webjornais, fazendo-as tomar medidas como a restrição a comentários⁴ e a retirada de links no Facebook⁵. Ações questionáveis do ponto de vista da própria cibercultura, que pressupõe o livre acesso às informações e a construção do conhecimento coletivo.

2) TRANSPARÊNCIA NA ADMISSÃO DE ERROS NO CONTEXTO DO RELACIONAMENTO COM O LEITOR

Ao decidir pela presença nos sites de redes sociais com a criação de fanpages no Facebook e perfis no Twitter, os webjornais parecem movimentar-se para onde seus leitores estão. Afinal, é impossível ignorar os números: são 67 milhões de usuários brasileiros no Facebook⁶ e 40 milhões no Twitter⁷. No entanto, só esse movimento não basta. É preciso estabelecer a conversação característica dos sites de redes sociais.

[A conversação em rede] é aquela que surge dos milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais. (RECUERO, 2012, p. 19)

⁴ Desde janeiro de 2013, o jornal Folha de S. Paulo restringe os comentários dos leitores em seu site, permitindo que apenas assinantes comentem todas as notícias. A decisão foi tomada após uma série de discussões internas no jornal, que apesar dos filtros que usava, vinha sendo continuamente questionado por membros do Ministério Público Federal e do Estadual em razão de comentários publicados em sua página. No entanto, a medida repercutiu negativamente na opinião da ombudsman do jornal, Suzana Singer, que afirmou: "Quer dar sua opinião à vontade? Então, pague. Curto e grosso, esse é o resumo da nova política de comentários no site da Folha".

⁵ Um e-mail assinado pela direção das Organizações Globo comunicou a todos os funcionários que está estritamente proibida a divulgação dos links das matérias nos canais oficiais dos veículos da Globo no Facebook. Desde o dia 8 de abril de 2013, as plataformas das revistas da Editora Globo, do jornal O Globo e do G1 adotaram a medida. Após um estudo e uma análise detalhada foi detectado que os perfis no Facebook são o principal motivo pela queda de audiência das plataformas digitais da Globo, como a Globo.com, o G1 e os sites das revistas da Editora Globo. A ação teve enorme repercussão entre os leitores e especialistas, que criticam a criação de mais uma etapa de acesso ao conteúdo, dificultando o consumo da informação.

⁶ Dados de 2013. <http://economia.estadao.com.br/noticias/negocios-tecnologia.com-67-milhoes-de-usuarios-brasileiros-facebook-ainda-ve-espaco-para-crescer.147744,0.htm>. Acesso em 17 abr. 2013.

⁷ Dados de 2012, embora as pesquisas indiquem queda da participação de brasileiros no Twitter. <http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/07/31/twitter-passa-dos-500-milhoes-de-usuarios-mas-numeros-mostram-queda-de-microblog-no-brasil.htm>. Acesso em 17 abr. 2013.



Para além da simples divulgação de uma notícia, entende-se que a presença de um webjournal nas redes sociais deve incluir o relacionamento com os leitores, que estão cada vez mais participativos. Contudo, não é isso que se vê na prática, principalmente quando esse relacionamento requer transparência na admissão de erros.

Não é fácil para um veículo jornalístico admitir seus erros. Se nas páginas dos jornais impressos eles historicamente ocupam um espaço restrito, na internet a situação tem se mostrado ainda mais preocupante do ponto de vista da ética jornalística.

Antes de analisar alguns exemplos que justificam a afirmação acima, vale a pena recorrer ao que disse o jornalista Ricardo Noblat em “A arte de fazer um jornal diário”: o erro é matéria de interesse público. Ele ainda destaca que “por orgulho, soberba, vaidade ou ignorância, jornais e jornalistas procuram fazer de conta que só acertam. E, quando são pilhados em erro, custa-lhes admitir que erraram. Os jornalistas temem ser punidos por seus chefes. Os jornais temem perder leitores” (NOBLAT, 2002: 40).

Informar o leitor sobre o erro cometido pode ser simples, principalmente nos ambientes digitais. A internet é dinâmica por natureza e não há necessidade de esperar até a edição do dia seguinte para publicar uma errata ou para um pedido de desculpas. Quando falamos especificamente de redes sociais parece ser ainda mais dinâmico, já que há informalidade e o tom típico do meio é o de conversa com o leitor. Além disso, ao caracterizar a interação mútua, Primo não exclui a existência de conflitos.

Enquanto se comunicam, os interagentes promovem uns nos outros constantes desequilíbrios. Assim sendo, pode-se dizer que as interações mútuas se complexificam e se desenvolvem diante do próprio desequilíbrio, sendo este um propulsor de novas atualizações. (PRIMO, 2007, p. 121)

Nesse contexto, o desequilíbrio pode ser visto como a ocorrência de um erro, o que, conforme Primo, faz parte do relacionamento mantido nas interações mútuas. Relacionamento este que pressupõe transparência, visando manter a qualidade e credibilidade do jornalismo praticado pelo webjournal.



Ao analisar os comentários de uma notícia no webjornal O Globo, Larissa de Moraes Mendes percebeu que “é possível uma apropriação da notícia pelos leitores a partir de perspectivas próprias, para além do apresentado na matéria” (MENDES, 2012, online). Ou seja, não aproveitar esse potencial de relacionamento com os leitores e (re)construção de vieses da própria notícia parece um desperdício por parte dos webjornais.

Especificamente nos sites de redes sociais Facebook e Twitter, entendemos como principais tipos de relacionamento: 1) respostas a perguntas feitas pelos leitores; 2) incentivo à participação por meio de posts que instiguem comentários; 3) visibilidade a comentários dos leitores por meio de retweets, curtidas ou compartilhamentos; 4) admissão de erros cometidos. O presente artigo se concentra em aprofundar as reflexões sobre esta última característica no contexto da interação mútua.

A admissão de erros está inserida nas normas deontológicas de diversos veículos jornalísticos. Exemplificando: O Manual de Redação e Estilo do jornal O Estado de S.Paulo diz que “toda informação errada que o Estado publicar deverá ser retificada na edição seguinte, na mesma seção que a divulgou, sob o título Correção, ressalvados os casos excepcionais, que exijam maior destaque” (1990, p. 36). No Novo Manual de Redação da Folha de S.Paulo, é explicitado que “a Folha retifica, sem eufemismos, os erros que comete. A retificação deve ser publicada assim que a falha for contatada, mesmo que não haja pedido externo à Redação” (2001, p. 72). E nos princípios editoriais das Organizações Globo consta que “os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção” (2011, online).

Portanto, a preocupação com a admissão de erros e o reconhecimento de sua importância está devidamente incluída nos manuais de redação dos veículos jornalísticos. No entanto, percebe-se que o “dever-ser” do jornalismo nem sempre está próximo do “ser”; ou seja, por vezes há um profundo distanciamento entre teoria e prática jornalísticas. No caso específico da admissão de erros, selecionamos, por meio de observação simples, três exemplos que mostram como o silêncio e negligência fazem

com que os webjornais estejam distantes da interação mútua desejada no contexto da conversação em rede.

3) LEITORES SEM RESPOSTA, MULTIPLICAÇÃO DO ERRO

No dia 31 de agosto de 2012, o jornal O Estado de S. Paulo publicou em seu perfil no Twitter: “Corinthians completa 102 anos hoje. Parabéns!”. Um tweet claro, direto e informal, não fosse um detalhe: o aniversário do time de futebol seria no dia seguinte (sábado). Um pequeno erro - que para um corinthiano não foi tão pequeno assim, gerou muita repercussão e nenhuma retificação por parte do veículo. Diversos leitores avisaram claramente ao Estadão que tratava-se de um erro. Além disso, entre os 60 RTs (retweets) estava o do perfil do Jornal Hoje, da Rede Globo, que contribuiu ainda mais para a multiplicação do erro. Nesse caso, bastaria a publicação de um tweet com pedido de desculpas e link para a matéria com a data correta.

The image shows a screenshot of a Twitter thread. At the top is the original tweet from @Estadao: "Corinthians completa 102 anos hoje. Parabéns! migre.me/awkrY". Below it are several replies from users like @Bá - Estádio 97, @Michael Serra, @DJ Vinny M1xDI™, @Fabricio Rodrigues, and @Bá - Estádio 97. On the right side, there is a list of retweets from users like Fábio Pitombeira, Caio Costa, Vinicius Alves, Yunes Viana, José Braga, Guilherme Prado, and Luciano Dantas. At the bottom, there is a retweet from @Jornal_Hoje: "O Corinthians completa nesta sexta-feira 102 anos: O Estadão reúne alguns vídeos sobre a história... bit.ly/OCi0ns (via @estadao)".

Fig.1 – Print screen do referido tweet com RTs dos leitores.⁸

⁸ Disponível em: <https://twitter.com/Estadao/status/241560946642935808>. Acesso em 18 abr 2013.

Outro erro, agora cometido pelo jornal O Globo em sua fanpage no Facebook, ratifica o descaso com os leitores. No dia 30 de dezembro de 2012, o veículo chama o Estado do Maranhão de cidade (“Maranhão, cidade excluída das turnês internacionais...”) e rapidamente mais de 100 leitores se pronunciaram advertindo sobre o erro. Três dias após a publicação, uma leitora ainda tenta chamar a atenção de O Globo com o comentário: “Até agora desculpa nada!”. E nada de resposta.

Uma das regras de ouro das redes sociais é nunca apagar uma postagem, justamente em respeito aos que já tiveram acesso ao conteúdo. Nesse caso, O Globo poderia ter incluído um comentário ou até mesmo ter publicado uma nova postagem com a errata.



Fig. 2 – Print screen da postagem de O Globo, com comentários dos leitores⁹.

O terceiro exemplo é de 17 de fevereiro de 2013. O jornal Folha de S. Paulo publica em seu perfil no Twitter que a África é um país, e não um continente (“A África é o país que registra o maior crescimento de pessoas católicas”). Novamente houve manifestação dos leitores e nenhuma retificação do veículo. E, assim como no caso do Estadão, bastaria a publicação de um novo tweet com a informação correta. Agradecer aos leitores por terem avisado sobre o erro também seria de bom tom.

⁹ Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=504600896246261&set=a.123958997643788.9532.115230991849922&type=1&theater>. Acesso em 18 abr. 2013.

The screenshot shows a tweet from the verified account 'Folha de S. Paulo' (@folha_com) posted on February 17, 2013, at 2:41 PM. The tweet text is: 'A África é o país que registra o maior crescimento de pessoas católicas. #TVFolha'. It has 54 retweets and 13 favorites. Below the tweet are six replies from various users, including Fernando Russell, Daniel Alves, davidbutter, Walter Hupsel, Aldo Pini, and Betto D'Elboux. The replies contain various reactions and corrections to the original tweet's claim.

Fig. 3 – Print screen com o referido tweet e RTs dos leitores.¹⁰

4) CONSIDERAÇÕES FINAIS

A breve análise desses três exemplos pode suscitar inúmeras discussões, desde o tipo de erro cometido pelos jornais (confusão de estado com cidade; de continente com país; e a troca da data de aniversário de um dos principais times de futebol do país) até a falta de atenção com o leitor e a negligência com a disseminação de uma informação errada.

¹⁰ Disponível em: https://twitter.com/folha_com/status/303273068862779392. Acesso em 18 abr. 2013.



Contudo, voltaremos nosso foco para a relação da não admissão de erros com a interação mútua. É elementar observar que, se não há resposta por parte do webjornal aos comentários dos leitores, não há interação mútua. A conversação em rede necessita de interagentes que estabeleçam relações. “A conversação é a porta através da qual as interações sociais acontecem e as relações sociais se estabelecem” (RECUERO, 2012, p. 29).

Primo afirma que “os processos de interação mútua caracterizam-se por sua construção dinâmica, contínua e contextualizada” (PRIMO, 2007, p. 116). Diante dos exemplos apresentados, podemos afirmar que os webjornais não praticam a interação mútua com seus leitores em sua plenitude e não desenvolvem um relacionamento característico dos meios digitais: o da conversação.

É difícil prever quais serão as consequências dessas ações (ou não-ações) em longo prazo e o quanto elas impactam na credibilidade do veículo jornalístico. Philip Meyer (2007) nos dá algumas pistas ao citar um estudo norte-americano sobre credibilidade, da autora Chris Urban:

Os diretores de redação dos jornais norte-americanos se preocupam bastante com a credibilidade, a ponto de encomendarem estudos de larga escala sobre o tema desde 1985. No mais recente, de 1999, a autora Chris Urban considera a preocupação do público com a exatidão sua descoberta mais relevante. “Há uma unanimidade notável entre o público e os jornalistas sobre o valor fundamental da exatidão e de relatar exatamente o que aconteceu, mas ambos os grupos têm dúvidas sobre a exatidão em geral e preferem que uma reportagem saia melhor do que saia primeiro”, escreveu Urban. “Tanto os jornalistas quanto o público acreditam que mesmo erros aparentemente pequenos alimentam o ceticismo público sobre a credibilidade de um jornal. Acima de um terço do público – 35% - encontra erros de ortografia ou gramática nos jornais mais de uma vez por semana, e 21% os encontram quase diariamente”. O principal papel da exatidão é ser um tijolo na construção da credibilidade do jornal a longo prazo. (MEYER, 2007, p. 94)

Christofoletti e Prado (2005) afirmam que “o coeficiente de confiabilidade das reportagens será proporcional ao nível de segurança do público em relação à mídia que consome”. Os autores recorrem à função social do jornalismo para enfatizar a importância da informação sem erros:



O jornalismo é uma atividade social que se apoia no compromisso de informar as pessoas dos principais acontecimentos da sociedade. Mas, como se espera, as informações devem ser precisas, exatas, fiéis aos fatos. Logo, o público espera informação de qualidade, sem erros, sem distorções, sem incorreções. (CHRISTOFOLETTI, Rogério; PRADO, Raffael, 2005, online)

Nesse sentido, os veículos jornalísticos têm muito a aprender com as marcas e com os blogueiros, que mostram crescente preocupação em responder a seus clientes e leitores nas redes sociais. Algumas empresas criaram até o chamado SAC 2.0, com perfis dedicados exclusivamente a ouvir e responder críticas, dúvidas e reclamações. E não é comum que um blogueiro deixe seu leitor sem resposta ou simplesmente ignore um erro cometido. Como existe a base de uma interação mútua, a retificação costuma ser clara e sem traumas. Alguns blogueiros utilizam até o recurso “tachado” para que a retificação fique visível a todos os leitores.

Diante do contexto apresentado, temos que concordar com o professor Eugênio Bucci, que enfatiza, em “Sobre ética e imprensa”: “É como se a imprensa proclamasse: minha função é informar o público, mas os meus métodos não são da conta de mais ninguém – eles são bons, corretos e justos por definição” (BUCCI, 2000, p. 39).

Portanto, mesmo sem graves consequências imediatas, entendemos que a não admissão de erros e o silenciamento diante de uma possibilidade iminente de interação mútua podem minar a credibilidade do veículo jornalístico em longo prazo. Levando em consideração que a fidelidade dos leitores não é considerada fator preponderante no meio digital, agindo dessa maneira, o webjornal corre o risco de fazer com que seu leitor, diante do longo silêncio após um erro, migre para um veículo que esteja disposto a estabelecer com ele uma verdadeira interação mútua.

REFERÊNCIAS

BUCCI, E. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.



CHRISTOFOLETTI, R.; PRADO, R. O. do. **Erros nos jornais: aspecto ético e fator de comprometimento de qualidade técnica.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://monitorando.files.wordpress.com/2007/11/erros_nos_jornais.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2013.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual de redação.** São Paulo: Folha de S. Paulo, 2001.

MARTINS FILHO, E. L. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo.** 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MÁXIMO, Maria Elisa. **O eu encena, o eu em rede: um estudo etnográfico nos blogs.** Civitas – Revista de Ciências Sociais PUC-RS, v. 7, n. 2, jul.-dez. 2007. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/viewFile/3523/2753>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

MENDES, Larissa de Moraes. **Leitores versus prefeito: autoridade contestada na área de comentários do Globo.** In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBP-Jor), Curitiba, novembro de 2012. Anais eletrônicos em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/viewFile/1647/94>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer ?: como salvar o jornalismo na era da informação.** São Paulo: Contexto, 2007.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário.** São Paulo : Contexto, 2002.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. **Princípios editoriais das Organizações Globo,** 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>. Acesso em 16 abr. 2013.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias.** Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: < <http://ufmaonline.webs.com/webjornalismo%20participativo.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.



RECUERO, Raquel. A conversação em rede: comunicação mediada por computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SACKS, H.; SCHEGLOFF, E.; JEFFERSON, G. A Simplest Systematics for the Organization of Turn Taking for Conversation. *Language*, 50 (4), p. 696-735, 1974.