



## **As Práticas Interativas Do Programa Jogando Em Casa Durante A Primeira Semana Da Copa Das Confederações<sup>1</sup>**

Pryscila SILVA<sup>2</sup>

Matheus EMÉRITO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

### **RESUMO**

Este artigo é parte do trabalho de conclusão de curso intitulado “INTERATIVIDADE: Uma Análise sobre as Práticas do Programa Jogando em Casa durante a Primeira Semana da Copa Das Confederações”, apresentado em setembro de 2013, na Universidade Federal do Piauí. O objetivo foi identificar e analisar as práticas de interatividade presentes em quatro edições do programa Jogando em Casa da TV Esporte Interativo durante o período entre os dias 17 e 21 de junho de 2013 e ver como elas contribuem para o desenvolvimento deste.

**PALAVRAS-CHAVE:** interatividade; jornalismo esportivo; cibercultura; convergência midiática.

### **INTRODUÇÃO**

O século passado foi marcado por diversas mudanças na área da comunicação. A criação de importantes meios como o rádio, passando pela invenção da televisão, chegando aos dias atuais, e com isso o advento da internet, redes sociais, entre outras ferramentas. Todo este novo contexto estimulou os estudos sobre interação, o que fez com que ganhassem mais importância dentro dos estudos comunicacionais.

Estudos sobre interação são bastante complexos e amplos e começaram muito cedo, para Lemos (*apud* PRIMO, 2008, p 9) a forma mais básica de interação é o liga e desliga do aparelho de televisão ou receptor, assim como a troca de canais e as regulagens de cor e contraste. A evolução tecnológica e o surgimento de aparelhos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí, e-mail: [pryscilafernanda@yahoo.com.br](mailto:pryscilafernanda@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Piauí, e-mail: [matheus.emerito@hotmail.com](mailto:matheus.emerito@hotmail.com)



como controle remoto e vídeo cassete fez com que o processo ganhasse mais intensidade, o que ficou ainda mais evidente quando as pessoas, através do telefone, fax e depois internet passaram a interferir no conteúdo de um programa.

A televisão é um aliado que possibilita a ampliação das características de interação com o público, pois é um meio de comunicação massivo, popular e de fácil acesso, configurando-se como uma das principais fontes de informação, entretenimento, educação e prestação de serviços.

A TV chegou ao Brasil em 1950, sendo o primeiro país da América latina a ter uma emissora, com a criação da TV Tupi, em São Paulo, pelas mãos de Assis Chateaubriand. A primeira transmissão aconteceu no saguão dos “Diários Associados”, também de propriedade de Chateaubriand. Para isso foram importados cerca de duzentos aparelhos de televisão para que os programas fossem assistidos, pois não havia ainda, no Brasil, o consumo em larga escala. Posteriormente, novas emissoras foram surgindo como Globo, Record e Bandeirantes. E todas elas com um objetivo bem claro, já que desde o início a tevê no Brasil teve um formato mais comercial. E em pouquíssimo tempo, tornou-se o principal veículo de campanhas publicitárias das multinacionais. (ALVES; FONTOURA; ANTONIUTTI, 2008)

Atualmente, as pesquisas sobre televisão digital estão em evidencia. E começaram nos anos 70, depois que as tevês ganharam melhor imagem e cores. O formato HDTV, que foi adotado na transmissão da TV aberta no Brasil é o modelo japonês Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial (ISDB-T) e tecnicamente conhecido como ISDB-TB. Porém, a TV por assinatura já havia adotado o formato digital desde 1998, sendo que os maiores benefícios prometidos estavam na qualidade da imagem, som e interatividade. O início das transmissões do SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital) ocorreu no dia 02 de dezembro de 2007, em São Paulo.

As potencialidades da HDTV são inúmeras como: a tecnologia interativa e suas premissas para apropriação em processos educativos. Atualmente, a televisão e os gêneros televisivos têm uma série de possibilidades (TV aberta, a cabo, web TV, por satélite, comunitárias, locais e etc.) que parecem não ter limites.



Neste contexto, o jornalismo esportivo, atualmente, ocupa papel de destaque na TV brasileira especialmente porque o país sediará os maiores eventos esportivos do mundo: a Copa do Mundo, em junho de 2014, e as Olimpíadas 2016, no Rio de Janeiro. Porém, no contexto do início do século passado, muitos acreditavam que o jornalismo esportivo não teria êxito no país: “Duvidar foi o esporte preferido até mesmo de gente experiente, que vivia de escrever para os cadernos especializados, já no meio do século XX.” (COELHO, 2009, p 8).

Em 1950 chega à televisão e ela se tornou a principal concorrente do rádio, que era o meio de comunicação mais popular até então. A primeira transmissão esportiva ocorreu na TV Tupi em 15 de outubro de 1950, foi uma partida entre São Paulo x Palmeiras realizada no Pacaembu, válida pelo Campeonato Paulista daquele ano (mas, que só acabou em 1951 com a vitória do Palmeiras). Esse jogo também foi a primeira transmissão de TV no horário da tarde.

Mas, foi a TV Record (inaugurada em 1953) que mostrou grandes avanços no jornalismo esportivo. Em 1954, a TV lança o programa *Mesa Redonda*, apresentado por Raul Tabajara e Geraldo José de Almeida. E no outro ano, mais precisamente no dia 18 de setembro de 1955, aniversário de 5 anos da televisão brasileira, a Record fez a primeira transmissão externa de um jogo de futebol com a partida entre Santos e Palmeiras. “No final dos anos 80, quando a Globo não julgava indispensável transmitir futebol, as TVs Record e Bandeirantes brigavam pela liderança de audiência no esporte” (COELHO, 2009, p 64). A TV Bandeirantes, por sua vez, transmitiu com exclusividade os campeonatos brasileiros entre 1986 e 1993 e se auto intitulava “o canal do esporte”. Outrora, TV Globo vez se limitava, no dia seguinte, dentro do Globo Esporte, a apresentar os lances, melhores momentos e notícias.

O objeto deste trabalho não será somente a televisão ou a internet, mas os processos e práticas interativas que as envolvem. Nesta pesquisa será estudado o programa *Jogando em Casa* da TV Esporte Interativo, pois se entende que o jornalismo esportivo é uma área crescente e com grandes possibilidades de interação com o público.

A rede de televisão TV Esporte Interativo é a primeira emissora de televisão aberta brasileira com 100% de sua programação dedicada à cobertura esportiva, na qual



insere as mais diversas modalidades esportivas. Sua primeira exibição aconteceu no dia 20 de Janeiro de 2007, com a transmissão ao vivo do jogo entre Chelsea e Liverpool, pelo Campeonato Inglês.

Dentro da grade de programação da TV Esporte Interativo, iremos analisar o programa *Jogando em Casa*, um programa de debate esportivo, no qual o apresentador e outros 2 convidados, (e algumas vezes 3) discutem os assuntos importantes do dia. Atualmente o programa vai ao ar de segunda a sexta às 21h00min, com duração de uma hora e meia.

O aspecto do *Jogando em Casa* que será estudado, (mas que também está presente em quase toda a programação do canal) é a participação do público, o qual pode enviar mensagens pelo *Facebook*<sup>4</sup> com opiniões, perguntas, ou sugestões. Essas participações são mediadas por um dos convidados do debate que lê as mensagens.

A semana entre os dias 17 e 21 de agosto deste ano foi escolhida, pois, nela se deu o início da Copa das Confederações, uma competição muito importante para o mundo esportivo, além disso, coincidiu com um dos momentos mais importantes dentro do contexto político e social do Brasil no ano, a onda de protestos contra aumento das passagens no transporte público, entre outras reivindicações, que aconteceu em todo o país.

## **O PÚBLICO PARTICIPATIVO**

As novas tecnologias e a internet permitem que a televisão possibilite aos telespectadores novas experiências individuais e coletivas, como a de participar do processo jornalístico. O jornalismo colaborativo permite uma multiplicidade de fontes e de pontos de vista em torno dos acontecimentos que se transformaram em notícia.

A existência de leigos colaborando com jornalistas na produção de notícias não é um fenômeno necessariamente novo no campo da comunicação social. Antes da internet, essa colaboração já se dava por meio de telefonemas, cartas e visitas pessoais às redações de jornais ou mesmo emissoras de rádio e TV. Não eram raras as denúncias, reclamações e sugestões de reportagem que chegavam aos jornalistas, que as filtravam e avaliavam a possibilidade de transformá-las em textos noticiosos, sendo eles os atores principais nas etapas de apuração e redação do que seria divulgado. (ZANOTTI, 2010, p. 30).

---

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/>



A colaboração do público dentro de programas jornalísticos ganhou novos contornos com a internet, especialmente com as redes sociais. O público agora está mais presente, ele agora participa, partilha e colabora com o programa.

O termo jornalismo participativo é relativamente novo, apesar de já citado, da prática não ser. E existem vários outros conceitos próximos ao de jornalismo participativo, tais como “jornalismo cidadão”, “jornalismo colaborativo”, “jornalismo open-source”, “wiki-jornalismo”, “jornalismo cívico” e “jornalismo público”. Existem diferenças, mas há um traço em comum: todos se referem a uma atividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ativo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias, informação e produção. (AROSO, 2013 Cf. CORREIA 2010, p 88).

## **CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO E REDES SOCIAIS**

Na convergência de tecnologias e meios, a informação é transmitida de várias maneiras e com isso os agentes que participam do processo de comunicação também sofrem diversas mudanças.

A cibercultura é um termo complexo que aborda a relação entre cultura, novas tecnologias, internet e os meios de telecomunicações. Também é utilizado quando se trata de instauração de comunidades virtuais através das redes sociais, sites, blogs, comunidades, entre outros. Porém, não deve se entender cibercultura como uma cultura comandada pela tecnologia. O que existe, na verdade, é o estabelecimento de novas formas sociais e tecnologias digitais. A cibercultura é a ampliação de formas de conexão entre homens e homens, máquinas e homens, e máquinas e máquinas motivadas pelo nomadismo tecnológico da cultura contemporânea. (LEMOS, 2005). E esta expressa o surgimento de um novo universo, que é diferente das formas culturais que vieram antes dele, e que se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer. (LEVY, 2010).

As relações que caracterizam a cibercultura acontecem através de ferramentas virtuais, naquilo que é chamado de ciberespaço, que por sua vez, pode ser considerado uma virtualização da realidade. Isto está mudando o imaginário e as relações humanas, por vezes de forma subjetiva e interativa. É nesse contexto que a sociedade se comunica



cada vez mais através das tecnologias de comunicação, nas quais acaba por construir laços emocionais, acordos e trabalhos profissionais, acesso à realidade política e mercadológica entre outros aspectos da vida cotidiana. “O ciberespaço (que também será denominado aqui de ‘rede’) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (LEVY, 2010, p 17).

Um dos grandes exemplos de dinâmica social dentro do ciberespaço e que hoje afeta diretamente as práticas jornalísticas são as “redes sociais” ou como define Boyd & Ellison “sites de redes sociais” (2007 *apud* RECUERO 2009, p 102). “A grande diferença entre os sites de redes sociais e outras formas de comunicação mediadas pelo computador é o modo como permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais, a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line*” (RECUERO, 2009 p 102-103). A rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre diversos atores. São nas redes sociais que muitas vezes as pessoas encontram uma forma de participar e serem atores de fato da prática jornalística, denunciando, dando opiniões, comentários e etc. (RECUERO, 2009).

## **INTERATIVIDADE**

As potencialidades interativas contidas nas novas tecnologias de comunicação são inúmeras e possibilitam a participação e intervenção do público no processo da comunicação coletiva. O conceito de interatividade é caracterizado pela interferência do espectador, nisso ele modifica e colabora com o conteúdo midiático ajudando a moldá-lo. Fundamentalmente a interatividade é representada pela participação do mesmo a partir do qual é possível transformar um determinado conteúdo.

A interatividade ressalta a participação ativa do público, o que de fato, poderia ser trivial já que, “ao menos que esteja morto”, aquele nunca é passivo. E que mesmo sem fazer qualquer movimento em frente à televisão, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de várias maneiras e sempre de forma diferente a do seu vizinho. (LEVY, 2010)

Assim, o processo comunicacional pode ser simultaneamente alterado. O conteúdo apresentado é selecionado e configurado, pois o receptor torna-se uma fonte



secundária, dando suporte à fonte principal e complementando a informação. Em uma comunicação interativa o fluxo comunicacional é interrupto, o meio possibilitaria que a informação pudesse ser modificada conforme o público. O conceito não se baseia apenas numa simples resposta, mas na participação efetiva do público como agente do processo de comunicação.

A adoção de recursos interativos tais como e-mails, chats e fóruns permitiu que a utilização da interatividade fosse ampliada nas publicações jornalísticas em redes digitais, além de passar a interagir através do mesmo suporte, agora a troca entre o público sem a necessidade da atuação jornalística surge a partir de ferramentas de comunicação síncronas. Tem-se, então, um cenário em que a interatividade é potencializada. (MIELNICZUK E SILVEIRA, 2008, p 177).

Primo e Cassol (1999) sugerem a ampliação da percepção de interação, o modelo que se fundamenta a partir de sete dimensões: Sistema, processo, operação, fluxo, *throughput*, relação e interface. A partir delas, foram propostos dois grandes grupos interativos. A interação reativa e interação mútua. Uma interação mútua vai além da ação de um e da reação de outro. O automatismo é substituído por um complexo de relações que ocorrem entre os interagentes, nos quais até as relações com forte hierarquia podem apresentar interações que fogem aos roteiros pré-definidos. Já a interação reativa tem a pretensão de produzir uma aproximação com o outro agente. O objetivo é que haja um maior “envolvimento” dos interagentes. Um mesmo processo interativo pode se encaixar em ambas as esferas, porém ele é mais bem entendido quando analisamos as dimensões as quais são compostas.

As sete dimensões, quanto aos sistemas, aqueles de interação mútua, têm características de um sistema aberto, pois não é composta por partes independentes. E quando um elemento é afetado o todo também é. Sistemas reativos são fechados, apresentam relações literais e unilaterais, há pouca ou nenhuma forma de alteração no sistema. As respostas apresentadas são parciais. Quanto ao processo, a interação mútua apresenta a característica da negociação, onde participam dois ou mais agentes no processo. Já os sistemas reativos se resumem a estímulo-resposta. Com isso, supõe-se que nesses sistemas que um mesmo estímulo levará a mesma resposta cada vez que se repetir a interação. *Throughput* é o processo de diálogo. Em interação mútua esse processo não se dá de forma preestabelecida. Cada mensagem recebida é decodificada e



interpretada, podendo então gerar uma nova interpretação. Em sistemas reativos o *Throughput* é um mero automatismo, no qual os processos de decodificação e codificação se ligam por programação.

Quanto ao fluxo da interação, em sistemas mútuos, ele é dinâmico e tem facilidade para se desenvolver, diferente do fluxo reativo que é linear e predeterminado. Outra dimensão é a relação, pois quando ela se dá em interações reativas pressupõe-se a sucessão temporal entre dois processos, onde um é causado pelo outro. Isso subentende uma causa e um efeito. Em interações mútuas, já que o sistema é aberto, o processo se torna emergente, isto é, vai sendo definido durante o processo e se baseiam no relativismo. E por fim, a interface que em sistemas interativos mútuos acontece virtualmente, pois integram dois ou mais agentes inteligentes e criativos. Em sistemas reativos a relação acontece determinada pelo interagente proativo, enquanto o interagente reativo deve se adequar ao que foi definido antes. (PRIMO, 2000)

## **ANÁLISE JOGANDO EM CASA-ENTRE 17 E 21 DE JUNHO DE 2013**

A mais importante forma de interação dentro do Programa Jogando em Casa é a participação do público a partir das redes sociais. Desde o dia 12 de junho de 2013 o *Facebook* passou a utilizar as *hashtags* como ferramenta de pesquisa, facilitando a busca por mensagens. Assim, o Esporte Interativo passou a estimular seus telespectadores a utilizarem esta ferramenta como forma de manter interatividade.

Estudando o *Jogando em Casa* observa-se que o programa apresenta várias práticas que estimulam a participação do público. Como exemplos de estímulos e interação são os comentários enviados via *facebook*, assim como enquetes, promoções e etc. Porém, somente algumas se concretizam em atos interativos de fato.

## **MENSAGENS PELO FACEBOOK**

A participação é chamada logo no início do programa. Quando o convidado que é responsável pela interatividade é apresentado, este chama o público a participar, explicando o que é preciso para mandar um recado ou sugestão para o programa. No *status* do *Facebook* com a *hashtag* #EsporteInterativo a pessoa manda uma mensagem que poderá ser lida durante o programa. Ao mesmo tempo uma tarja com a mensagem: “Participe pelo *Facebook*: #EsporteInterativo” é colocada no rodapé da tela como meio



de reforçar a mensagem passada pelo convidado (Figura 1). Esse conjunto e ações convidam o telespectador a migrar para internet afim de que ele participe do programa mandando sua opinião, pergunta ou sugestão. O uso da tarja e os convites por parte do apresentador e convidados estimulam ainda mais o usuário a fazer esse contato.



**Figura 1** - Chamada para participação. (Edição 17/06)

A participação do público acontece em determinados momentos do programa indicados pelo apresentador, geralmente no segundo e terceiro bloco e mais raramente na saída destes mesmos blocos ou no final do programa.

Um dos aspectos interessantes é como a forma de interatividade muda de acordo com o convidado que vai ler as mensagens. Nos programas analisados tiveram os comentaristas Rafael Oliveira (edições dos dias 17/06 e 20/06), Vitor Sérgio Rodrigues (edições dos dias 18/03 e 20/06) e Felipe Rolim (edição do dia 20/06).

Rafael Oliveira lê algumas poucas mensagens na íntegra, cerca de duas, mas, geralmente, ele somente cita o nome do telespectador que está mandando a mensagem sem necessariamente lê-la. Também acontece algumas vezes que além do nome da pessoa ser citado, também o assunto sobre o qual é a mensagem. Quanto ao Vitor Sérgio Rodrigues, este lê mais mensagens e quase sempre emitindo uma opinião ao final da leitura. Felipe Rolim além de ler as mensagens na íntegra, também gosta de citar as cidades das pessoas que estão enviando a fim de retificar a audiência do programa com isso.

Em detrimento disso, percebe-se como a postura de cada convidado pode influenciar na reação do público, pois se espera que ao mandar uma mensagem que esta seja lida e não apenas o nome para registrar uma participação, o que de fato não

concretiza um processo interativo, já que a opinião, sugestão ou dúvida do telespectador não é ouvida. O mesmo caso quando apenas é falado o assunto da mensagem, o que no final deixa vago sobre o que queria o telespectador com aquela.

## PROMOÇÃO BOLA DO JOGO ESPANHA X TAITI

Na quinta-feira, 20 de junho, um dia após o jogo Espanha x Taiti, no qual a seleção espanhola venceu pelo placar de 10 a 0, o *Jogando em Casa* lançou uma promoção na qual o telespectador precisava postar uma foto ou vídeo pelo *Facebook* com a *hashtag* #EsporteInterativo, (assim como nas participações de mensagens para o programa) com o tema Copa das Confederações. A proposta era que a foto ou vídeo mais criativo ganharia uma das bolas usadas na partida. O resultado seria divulgado na segunda-feira 24 de junho.

Na chamada, o apresentador explicava como o telespectador deveria fazer para participar da promoção e neste momento aparecia a mesma tarja que é utilizada para as chamadas de interatividade. (Figura 2). A promoção foi muito lembrada durante as edições dos dias 20 e 21.



**Figura 2** - Chamada para promoção (Edição do dia 20/06)

Algumas fotos foram mostradas no ar (Figura 3) como forma de estímulo para novas participações e para estabelecer contato com o telespectador, existindo aí um grau de interatividade, já que o usuário de alguma maneira está agregando conteúdo ao programa quando tem uma produção própria mostrada.



Figura 3 - Participações postadas na promoção da bola de Espanha x Taiti (Edições dos dias 20/06 e 21/06)

### MOMENTO CAMPEÃO

Na edição do dia 18 de junho, a votação para *O Momento Campeão Gillette*. Esta votação já faz parte do conteúdo regular do programa e acontece toda semana (patrocinada pela empresa Gillette cujo nome do quadro já indica) na qual a produção escolhe três momentos do esporte marcantes da semana e o público escolhe no site da emissora qual deles é o momento campeão. Durante a divulgação é passado um VT apresentando os candidatos e por fim o apresentador e os convidados votam e convidam os telespectadores para votar. (Figura 4).

Embora o recorte da pesquisa não contemple o fim da votação, vale acrescentar que o resultado é divulgado na segunda-feira posterior. Detalhe que representa uma mudança de padrão já que efetivamente, em algum momento, a opinião do público faz parte do conteúdo do programa.





Figura 4 - Candidatos Momento Campeão (Edição do dia 18/06)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as discussões teóricas aqui trabalhadas, pode-se concluir, primeiramente que o canal TV Esporte Interativo utiliza-se bem da convergência de mídias, pois possibilita a emissora se utilizar de uma gama de plataformas (como tablets, computadores, aplicativos no Iphone, Ipad e etc) na qual o conteúdo da programação é convergido e propagado. Com isso também se potencializa as práticas interativas.

É diante disso que a interatividade se mostra um instrumento tão útil, uma vez que os meios de comunicação modificam as formas de perceber informações, agir, pensar e se relacionar com a sociedade e com o meio, reestruturando as relações interpessoais. As mudanças causadas pela convergência de mídia levam as pessoas a terem uma relação muito próxima com ela.

No caso específico do *Jogando em Casa* foram identificadas três práticas que de alguma forma constituem práticas interativas.

As participações do público através das mensagens do *Facebook*, as participações na *Promoção da Bola do Jogo entre Espanha e Taiti* e o *Momento Campeão*. Nos três, a característica em comum é que existe um ciclo completo no qual



o telespectador é convidado e estimulado a participar. Ele responde a este estímulo e essa participação efetivamente aparece durante o programa, portanto fazendo parte do conteúdo dele e sendo objeto de observações, especialmente no caso das participações do *Facebook*. Porém, é importante destacar que apesar das mensagens serem lidas ao vivo, o próprio processo de seleção cerceia a interatividade, pois nem todos que mandaram terão suas mensagens lidas. Entende-se por um ciclo interativo completo quando o apresentador convida o telespectador a participar, este último manda sua mensagem, depois o convidado a lê, ou cita o nome de quem a mandou, ou fala sobre o assunto de que se trata a mensagem. Porém, esse ciclo não torna a interatividade plena, pois são poucas as vezes que estas mensagens, que incluem perguntas e opiniões, são realmente levadas em consideração para questionamentos e novas visões dentro do debate.

As características de interação do programa são essencialmente reativas. O telespectador tem a liberdade de enviar ou não uma mensagem ao programa, ou participar das promoções e outras ações por ele proposto. Ao observar as práticas aqui consideradas interativas, há uma série de protocolos e restrições que impossibilitam uma interação maior e mais efetiva. Isso acontece por vários fatores, pois existem limitações impostas por questões de duração do programa, formatos estabelecidos, seja ela em programas esportivos ou não, e também a própria internet, às vezes, impossibilita uma interação maior entre as duas, quando sua qualidade é deficitária e o acesso a ela não é permitido a todos.

E por fim, quanto à contribuição vinda do público pode-se ver que há por parte dos telespectadores uma intenção de participar, já que ele a todo o momento é convidado a isso, entretanto o que acontece é que os momentos de interatividade e os critérios utilizados para a seleção de mensagens acabam por limitar a participação do público. Além disso, as mensagens pouco contribuem para as discussões, já que o apresentador e os convidados não as levam em consideração para a construção de uma discussão mais ampla.

## REFERÊNCIAS

PRIMO, Alex. Perspectivas interacionistas de comunicação: Alguns antecedentes In: PRIMO, A. et al. (Orgs). **Comunicação e Interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008. P. 9 – 15.



ALVES, Marcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. **Mídia e produção audiovisual**: Uma introdução. Curitiba: Editora Ibpex. 2008. 20 ed.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto. 2009. 3. Ed

ZANOTTI, Carlos Alberto. **Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade**. Revista Comunicação Midiática, Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Campinas, São Paulo. V. 5, n.1, p.28-41, set./dez. 2010.

AROSO, Inês. **As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais**: um estudo de caso. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC). 2013. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf>> Acesso em 01.07.2013.

LEMONS, André. Cibercultura e Mobilidade: A Era da Conexão. In: **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 28. Rio de Janeiro. 5 a 9 de setembro de 2005. Anais... Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>. Acesso em 04.08.2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 3ª edição. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre. Sulina. 2009 (Coleção Cibercultura).

MIELNICZUK, Luciana; SILVEIRA, Stefanie Carlan. Interação Mediada por Computadores e Jornalismo Participativo nas Redes Digitais. In: PRIMO, A. et al. (Orgs). **Comunicação e Interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 173-192.

PRIMO, Alex; CASSOL, Márcio. **Explorando conceito de interatividade**: definições e taxonomias. Informática na Educação: teoria e prática. V. 2. Nº 2. Outubro de 1999. Disponível em: <<http://usr.psico.ufrgs.br/>>. Acesso em 18. 08.2013.

PRIMO, Alex. **Interação Mútua e Interação Reativa**: Uma proposta de estudo. Revista FAMECOS, Porto Alegre. nº 12. junho 2000. semestral Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3068/2346>>. Acesso em 29.04.2013.