

As estratégias de política editorial de moderação do *The Guardian* para a comunidade on-line de leitores

Keyse Caldeira de Aquino Macedo

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <http://orcid.org/0000-0002-9926-9784>

Claudia Irene de Quadros

Universidade Federal do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, PR, Brasil
ORCID <http://orcid.org/0000-0003-1322-8971>

Resumo

Este artigo analisa de que forma as estratégias da política editorial de moderação de um dos maiores jornais do mundo, o *The Guardian*, pavimentaram a consolidação da comunidade on-line de leitores na plataforma digital do periódico britânico. A proposta é demonstrar o quanto o enfrentamento da problemática da interação (por meio de comentários) levou o *The Guardian* a construir uma comunidade fortalecida e disposta a se posicionar. A reflexão apresenta alguns dos resultados encontrados em uma pesquisa sobre a participação de leitores no jornalismo *longform*. Por meio deste estudo de caso, revisita-se teóricos para confrontá-los com as práticas de moderação e os dados da pesquisa documental. Vislumbra-se que a formação de uma comunidade on-line de leitores está ancorada na compreensão e valorização do público-leitor, assim como no estímulo à lealdade ao projeto jornalístico por meio de estratégias de interação eficazes e amparadas na moderação das discussões.

Palavras-chave

jornalismo digital; política editorial de moderação; interação; comentários; *The Guardian*

1 Introdução

Ao partir da premissa de que, ao longo do passado recente, os jornais diários buscaram se encaixar na dinâmica das redes sociais para estimular as interações entre leitores e a organização jornalística em seus sites, consideramos vital estudar de que forma os

periódicos articulam, conduzem e mantêm a comunidade on-line de leitores, examinando as diretrizes de participação do usuário e de moderação. Na Era da desinformação, aumenta a necessidade de definir essas políticas editoriais de moderação e incentivar a literacia dos meios (CARVALHO, 2022). Alguns meios noticiosos têm removido a seção de opiniões de leitores para evitar comentários incivilizados (LIU; McLEOD, 2021), mas isso tem provocado um desapontamento do público que gosta de registrar a sua opinião no próprio veículo e não quer ser direcionado para as plataformas de redes sociais digitais. Embora estudos empíricos revelem que comentários hostis (LEE; JANG; CHUNG, 2021) podem desacreditar o trabalho dos jornalistas, como também destacam os autores Liu e McLeod (2021), esses espaços permitem discutir questões públicas e, assim, contribuir para a formação de cidadãos mais bem informados.

Por isso, neste artigo, procuramos focar na análise descritiva das normas do jornal britânico *The Guardian*, um dos mais importantes do mundo (MOLINA, 2008) e um dos pioneiros a incentivar a participação do leitor (DOMINGO, 2015). A análise apresentada aqui faz parte da pesquisa sobre a participação dos leitores na seção de jornalismo de profundidade, intitulada *The long read*, do *The Guardian*. A dissertação, conduzida pela primeira autora e orientada pela segunda autora deste artigo, centrou-se no questionamento: de que forma as interações entre leitores são estimuladas e conduzidas na seção *The long read* do *The Guardian* para conquistar e manter uma audiência ativa (MACEDO, 2020)?

Dentre os objetivos da análise dos materiais de diretrizes de participação, está o de compreender em que medida a articulação da política editorial de moderação do *The Guardian* para a participação dos leitores se reflete nos níveis de engajamento e fidelidade/lealdade dos usuários. Ao longo da construção da dissertação, mostrou-se evidente a necessidade de mapear e destrinchar as regras do jornal para a comunidade on-line de leitores, inclusive para analisar os comentários levando em conta esses documentos. Neste artigo, focaremos na análise descritiva/documental dessas normas de participação.

Das correntes teóricas que nos indicam caminhos de análise sobre o gerenciamento do espaço de diálogo entre leitores, optamos pelo conceito de audiências ativas – Masip *et al.* (2015); e no âmbito da política editorial de moderação – Domingo (2015), Ruiz *et al.* (2011), Diaz Noci (2014) e Trygg (2012). Adiante, apresentaremos os referenciais teóricos, seguida da análise descritiva dos documentos e das considerações finais.

2 Estratégias e desafios da moderação em sites jornalísticos

A perspectiva de que as oportunidades de participação do público em jornais estavam redefinindo a cultura, os valores e as práticas jornalísticas fizeram parte dos estudos de autores, como Domingo *et al.* (2008). À época, esses autores se dedicaram a compreender como o jornalismo institucional abarcou a capacidade de participação do público, capacitando e envolvendo os cidadãos com os novos meios disponíveis. “A participação da audiência pode levar a um melhor jornalismo”¹ (DOMINGO, 2015, p. 160, tradução nossa). Domingo considera que houve evolução, ao longo dos últimos anos, nas práticas de moderação da participação do público nos produtos jornalísticos, com foco na filtragem das contribuições dos leitores. Desta forma, buscava-se evitar problemas judiciais e, ao mesmo tempo, zelar pela qualidade promovendo uma espiral virtuosa ao selecionar e destacar contribuições para o fluxo de notícias.

Buscar compreender as percepções da comunidade on-line de um site noticioso sobre participação seria uma trilha para identificar as melhores estratégias para encorajá-los a se manterem engajados. Além dos potenciais problemas gerados pela participação do público, o autor considera que as redações têm sido desafiadas a encontrar soluções para integrar o conteúdo gerado pelos usuários aos produtos jornalísticos. Com a intenção de melhorar o conteúdo e buscar modos de recompensar o usuário e mantê-lo motivado a enviar material relevante (DOMINGO, 2015).

Outro ponto crucial defendido por Domingo (2015) é que não há receita ao se estabelecer as políticas de moderação de comentários nos jornais digitais (se pré-moderar pode comprometer uma conversação pela lentidão para ser aprovada ou se a pós-moderação mediante o risco de se publicar um comentário impróprio temporariamente). O autor reforça novamente a necessidade de identificar as percepções da comunidade de leitores sobre participação para definir as estratégias de incentivo ao engajamento.

Nesse contexto, destacamos as ações do *The Guardian* voltadas ao incentivo da participação dos leitores; sendo uma delas os comentários não estarem restritos à leitura apenas abaixo das reportagens. Com o uso do filtro de comentários ‘recomendados’, o *staff* da redação do jornal seleciona os comentários mais populares ou de melhor conteúdo e os publica em outras seções do jornal – destacando e valorizando as contribuições dos usuários. É importante lembrar que existe uma seção específica destinada aos melhores comentários de leitores, cujos procedimentos estão detalhados no quadro 1.

¹ No original: “Audience participation can lead to better journalism”.

A legislação de cada país sobre os conteúdos postados por usuários em sites de notícias influencia as tomadas de decisão nas políticas de moderação. Domingo (2015, p. 163, tradução nossa) ressalta que os desafios legais variam muito de país para país e cada legislação norteia as estratégias adotadas pelas empresas de mídia para a participação do público. No caso norte-americano, o autor pontua que existe uma proteção sólida para empresas de mídia como “provedores de serviços de informática interativos”² – isentando-as da responsabilidade derivada de “informações fornecidas por outro provedor de conteúdo”³, ou seja, um usuário postando comentários ou submetendo outro material – “Seção 230, do *Communications Decency Act*, de 1996”.

A condição é oposta no caso da União Europeia. Domingo (2015) cita uma decisão da Corte Europeia de Direitos Humanos que estipula ser a empresa de mídia a responsável por comentários difamatórios publicados em seu site (Ridderhof⁴, 2013, *apud* Domingo, 2015, p. 163). A decisão se baseia no argumento de que a liberdade de expressão possui limite na reputação dos cidadãos referidos em conteúdo publicado em sites jornalísticos e as redações precisam ter ferramentas para barrar comentários difamatórios. No caso, entende-se que os veículos de comunicação não podem permitir nem manter ocorrências deste tipo nesses espaços para comentários de leitores.

Para efeitos comparativos, cabe citar que o *The Guardian* optou pela pós-moderação, enquanto o *The New York Times* (NYT) faz a pré-moderação de comentários. Dentre as estratégias do NYT, destacamos o selo de ‘comentador verificado’ – concedido a leitores com um bom histórico de postagens no site. Além do selo ao lado do nome no perfil do site, esse leitor ‘verificado’ pode postar o comentário sem que o conteúdo seja analisado pela equipe de moderação. Considera-se esse selo um modo de valorizar e incentivar a participação no espaço de comentários.

Vale lembrar que, assim como no NYT, nos principais sites de jornais impressos no Brasil (*O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*) é preciso ser assinante para postar comentários ou ter cadastro de acesso restrito a algumas reportagens gratuitamente por mês. No caso do *The Guardian*, não há restrição de acesso ao conteúdo, mas pede-se aos leitores (em mensagens institucionais dispostas ao fim da tela) contribuições financeiras para o manter o jornalismo independente e de qualidade aberto a todos.

² No original: “providers of interactive computer services”.

³ No original: “information provided by another information content provider”.

⁴ RIDDERHOF, R. ECHR holds news portal liable for offensive user comments in Delfi case. **Blog future of copyright**, [s.l.], 15 Oct. 2013. *Apud* Domingo (2015).

Os pesquisadores Ruiz *et al.* (2011) ao consolidar um estudo comparativo de comentários nos jornais *The Guardian* (Grã-Bretanha), *Le Monde* (França), *The New York Times* (Estados Unidos), *El País* (Espanha), e *La Repubblica* (Itália) concluíram que os leitores do NYT e do *The Guardian* se consideram parte de uma comunidade para discussão pública de temas atuais. De modo geral, opiniões divergentes são bem recebidas e respeitadas e os usuários buscam debater utilizando boa argumentação. Alguns temas, como mudança climática (COEN *et al.*, 2021) e saúde (VERSTEEG; TE MOLDER; SNEIJDER, 2018), apontam até mesmo os tipos de estratégias utilizadas por esses leitores ao participar com comentários em jornais digitais, inclusive no *The Guardian*. Nestes casos, a maioria adotou uma postura de especialista e negou os argumentos de cientistas.

Ao longo do estudo de Ruiz *et al.* (2011), eles constatam que os leitores do NYT estão mais focados no tópico da notícia e no *The Guardian* estão mais dispostos ao diálogo. No entanto, os dois jornais estão claramente distanciados da dinâmica dos outros três jornais – *Le Monde*, *El País* e *La Repubblica*. Ruiz *et al.* (2011) classificam esses três casos como ‘comunidades homogêneas’ e os definem como ‘diálogo de surdos’. Ou seja, os diálogos entre os leitores seriam uma reprodução coletiva das mesmas posições/opiniões dos jornais citados. Destaque para o ponto comum entre os cinco jornais: a maioria dos usuários se identifica com os princípios ideológicos da empresa jornalística.

Foram analisados mais de 15 mil comentários de 32 reportagens das versões on-line dos cinco jornais citados. Para compreender as configurações dos diálogos entre leitores, Ruiz *et al.* (2011) também avaliaram as diretrizes éticas e as estruturas legais definidas pelos jornais, bem como as estratégias de moderação. Os autores ainda relatam que as entrevistas com os editores on-line indicaram que os jornais procuram proteger suas marcas ao abrir a participação para a audiência, definindo filtros, regras e fluxos de trabalho. Dentre os objetivos dessas práticas está fazer com que as contribuições dos usuários atendam aos padrões de qualidade jornalística. Os autores consideram que o jornalismo digital foi ágil ao inserir ferramentas para transformar suas audiências em contribuintes ativos de conteúdo para websites jornalísticos.

Comentários em notícias são, portanto, uma forma controversa de UGC [*user-generated content*]. Analisar a dinâmica dos debates é um passo substancial para avaliar como os comentários em notícias contribuem para o desenvolvimento de uma esfera pública mais vibrante e saudável.⁵ (RUIZ *et al.*, 2011, p. 3, tradução nossa).

E assim define as diretrizes dos jornais analisados:

As diretrizes dos cinco jornais on-line orientam as conversações no sentido moral, de modo que o cidadão contribua cumprindo os princípios democráticos. *NYTimes.com* e *Guardian.co.uk* são os mais explícitos quanto às suas regras de participação. O jornal britânico almeja alcançar ‘discussões inteligentes’, aceitando ‘o debate e dissidência’ desde que respeitando o ponto de vista de outras pessoas. [...] No caso do jornal norte-americano, o argumento é o de que os comentários precisam ser moderados para garantir um debate frutífero: ‘Nosso objetivo é prover comentários substanciais para leitores em geral. Ao rastrear envios, nós criamos um espaço em que os leitores podem trocar comentários inteligentes e com informação que melhoram a qualidade de nossas notícias’. As diretrizes, portanto, tentam encontrar o equilíbrio entre liberdade de expressão e respeito mútuo, a essência da ética democrática. Implicitamente, o texto das regras considera que a liberdade de expressão não é uma liberdade absoluta e define limites em busca de respeito. Essa é a única maneira de uma conversa se tornar um debate democrático frutífero. O *LeMonde.fr* coloca bem em seus fóruns FAQs: ‘Argumentos podem ser criticados, as pessoas não’.⁶ (RUIZ *et al.*, 2011, p. 9, tradução nossa).

Em geral, os autores consideram que os sistemas de moderação são muito eficazes em deixar a maioria dos insultos fora da seção de comentários em notícias. Ao mesmo tempo em que as diretrizes para participação buscam educar os leitores sobre suas obrigações como produtores de conteúdo ativo, além de reforçar a responsabilidade pela consequência do conteúdo que postam. Aos jornais digitais cabe a responsabilidade de supervisionar os usuários e expulsar os que não respeitam os princípios de participação. (RUIZ *et al.*, 2011).

⁵ No original: “Comments in news are, therefore, a controversial form of UGC. Analyzing the dynamics of the debates in online newsrooms is a substantial step to assess what do comments in news contribute to the development of a more vibrant and healthy public sphere”.

⁶ No original: “The five news sites have guidelines that orientate conversations in a moral sense, in order to make citizen contributions comply with democratic principles. *NYTimes.com* and *Guardian.co.uk* are the most explicit regarding the aims of their participation rules. The British newspaper wants to achieve “intelligent discussions” and states that they “welcome debate and dissent” within the limits of respect to “other people’s views.” Achieving this goal is both a responsibility of the newsroom and the readers: “The platform is ours, but the conversation belongs to everybody.” In the case of the U.S. newspaper, they argue that comments need to be moderated to guarantee a fruitful debate: “Our goal is to provide substantive commentary for a general readership. By screening submissions, we have created a space where readers can exchange intelligent and informed commentary that enhances the quality of our news and information.” Guidelines, therefore, try to find the equilibrium between freedom of speech and mutual respect, the essence of democratic ethics. Implicitly, the text of the rules considers that freedom of speech is not an absolute freedom, and they define its limits by seeking to foster respect. That’s the only way a conversation can become a fruitful democratic debate. *LeMonde.fr* puts it nicely in its forums FAQs: “Arguments can be criticized, people can’t”.

3 Consolidação de uma comunidade on-line de debate

Nesse contexto, Domingo (2015) aponta o *The Guardian* como um pioneiro entre os sites de notícias do Reino Unido a incentivar a participação do leitor. Para o autor, o caminho trilhado pelo periódico ao longo dos últimos anos foi o aspecto-chave de uma estratégia que prioriza a consolidação de uma comunidade on-line de debate, mais do que somente blindar a marca de participações ofensivas.

Com o objetivo de compreender como alguns problemas são encarados pelos moderadores, diante de uma perspectiva social e política mais ampla das regras que regem os comentários, a jornalista sueca Sanna Trygg (2012) analisou a moderação do jornal sueco *Svenska Dagbladet* e o *The Guardian* (ambos considerados pioneiros na abertura à participação de leitores).

A referida autora se dispôs a investigar como os veículos jornalísticos tratam a voz do leitor manifesta em comentários postados em seus sites. Argumenta ainda que o cerne da questão não estaria em como moderar, mas no questionamento do porquê de a mídia moderar em um certo sentido e quais seriam os efeitos dessas ações na relação entre a mídia convencional e usuários.

Trygg (2012) defende que o exame a moderação nas caixas de comentários possibilita a análise da relação entre a mídia convencional e seus leitores e como isso os afeta. No caso do *The Guardian*, a autora o descreve como um jornal considerado sério e inteligente, beneficiando a sua marca. No entanto, ela indaga sobre o quanto os leitores se vinculam a essa imagem de ‘inteligente’, e que esse contexto poderia restringir o espaço de comentários a um público de acadêmicos, experts e poderosos.

A autora questiona o fato de o jornal britânico ao instar discussões inteligentes e conceituar o debate em si poderia acabar por inibir leitores de pouco vocabulário ou de formação acadêmica restrita, mas que possuem argumentos relevantes para contribuir. “Os sites de jornais impressos são, em potencial, plataformas que todos podem acessar [...]. Mas, na prática, há restrições, não só por conta de questões legais, mas na forma como conceitualizam o debate e, portanto, a audiência.”⁷ (TRYGG, 2012, p. 15, tradução nossa).

Trygg (2012) cita que o *The Guardian* inseriu as caixas de comentários em blogs em 2001 e, após seis anos, foram abertos em reportagens. A autora reforça que a moderação on-line precisa de recursos, tradição e estratégia editorial, considerando que os comentários são

⁷ No original: “So newspapers websites are potentially a platform where anyone, no matter what class, background or gender, can have access. But in practice they restrict, not just by law but by the way they conceptualise the debate and, therefore, the audience.”

essenciais para manter os usuários por mais tempo no site. Desta forma, dinamiza-se a relação entre leitores e jornalistas, principalmente quando funcionam em plataformas transparentes e de resposta imediata entre o leitor e a empresa jornalística.

Em entrevista a Sanna Trygg, Meg Pickard, chefe de engajamento digital do *The Guardian*, relatou: “A discussão precisa se manter no tema sempre que possível [...] O objetivo geral é que as opiniões sejam expressas de modo apropriado e que estimulem o diálogo [...].”⁸ (PICKARD, 2011⁹ *apud* TRYGG, 2012, p. 17, tradução nossa). Quanto a colocação de Trygg de que a mídia pode ter anseios de ser uma plataforma livre on-line, mas a prática da liberdade de expressão é ativamente controlada, cabe descrever a ponderação de Meg Pickard:

O comentário online não é um direito, e sim um privilégio, embora seja um do tipo que a pessoa precisa esperar de um site. Nós temos responsabilidade de cuidar de toda a comunidade. Se as pessoas querem expressar suas perspectivas que são inapropriadas para aparecer no site do *The Guardian*, de acordo com nosso guia de participação do usuário, elas são livres para usar outras plataformas, como blogs privados. Em sites de perfil editorial, é preciso ter estrutura e regras. Enquanto a moderação, por vezes, possa parecer controversa, um ambiente virtual sem moderação não é um local em que as pessoas queiram gastar seu tempo.”¹⁰ (PICKARD, 2011¹¹ *apud* TRYGG, 2012, p. 21, tradução nossa).

Para a autora, a moderação pode ser apropriada para o modelo de negócio midiático do *mainstream* e serviria para ampliar a força das marcas, exaltando a eficiência da produção de conteúdo ao estimular a interação com o leitor. “Esses objetivos podem não ser compatíveis com a abertura ou cessão de controle ao consumidor.”¹² (TRYGG, 2012, p. 20, tradução nossa).

Em um cenário de grande oferta de informações, Trygg (2012) vislumbra que os consumidores de mídia se interessem por plataformas que conferem reconhecimento identitário e uma marca editorial familiar – buscando por comunidades com opiniões similares (algo observado nos estudos de Ruiz *et al.* (2011), excetuando os jornais NYT e *The*

⁸ No original: “The discussion has to stay on topic as much as possible. The moderators may remove comments that detract from a constructive conversation, though we don’t edit the content of comments. The overall aim is that opinions are expressed in an appropriate way that moves the conversation forward. Sometimes, users want to know why a certain comment was removed, but we don’t enter into discussion about individual acitons in public.”

⁹ PICKARD, M. [Entrevista cedida a] Sanna Trygg, London, Oct. 2011. *Apud* Trygg (2012).

¹⁰ No original: “Commenting online is not a right, is a privilege, albeit one which people have come to expect on publisher sites. We have a responsibility to care for the overall community. If people want to express perspectives that are inappropriate to appear on the Guardian site, according to our community standards, they are free to use other platforms such as private blogs. But on publisher sites, there needs to be structure and rules. While moderation can sometimes be controversial, non-moderated environments aren’t places where people want to spend a lot of time.”

¹¹ PICKARD, M. [Entrevista cedida a] Sanna Trygg, London, Oct. 2011. *Apud* Trygg (2012).

¹² No original: “These goals may not be compatible with openness or with ceding control to the consumer.”

Guardian). Nos casos dos jornais norte-americano e britânico, o estudo demonstrou abertura entre os leitores para a pluralidade de opiniões nas discussões na plataforma digital.

O jornal britânico *The Guardian* considera que os comentários em sua plataforma digital permitem aos leitores enviarem respostas aos artigos instantaneamente, elaborando perguntas, apontando erros ou mostrando novos caminhos. Parte-se da premissa de que a comunidade on-line de leitores¹³, interagindo entre si e com os jornalistas, colabora no enriquecimento do jornalismo do *The Guardian* de maneira articulada, iluminando alguns temas e, em alguns casos, com boas doses de humor. Em estudos anteriores (QUADROS, 2005), apontamos que a participação do leitor seria uma prática cada vez mais comum entre os diários. Na trajetória do jornalismo digital, observamos várias experiências de moderação positivas e negativas. As negativas levaram muitos veículos de comunicação no ambiente digital a removerem comentários do público de seus jornais para que o trabalho do jornalista não fosse depreciado (LIU; McLEOD, 2021). Neste artigo, destacamos o trabalho do *The Guardian*, que ao longo dos anos conseguiu consolidar uma comunidade on-line.

O referido jornal reconhece a problemática de comentários feitos a jornalistas e a outros leitores que seriam inimagináveis se ocorressem cara a cara, assim como ocorrem em outros sites jornalísticos. Para termos ideia do volume de interações, o *The Guardian* recebe, em média, 50 mil comentários por dia no site. As caixas para postagem de comentários ficam abertas por três dias após a publicação do artigo. Após o fechamento das caixas, novos comentários não podem mais ser postados. (ANDERSON *et al.*, 2016).

4 Análise documental

Os pilares da política editorial de moderação do *The Guardian* são os documentos nomeados *Padrões da comunidade on-line e guia de participação do usuário*; e perguntas de usuários no serviço *Frequently Asked Questions (FAQs)*. A descrição desses documentos (FREQUENTLY ..., 2009; COMMUNITY..., 2009) pode nos indicar respostas para compreender o quanto a articulação da política editorial de moderação para a comunidade on-line de leitores se reflete nos níveis de engajamento e fidelidade dos usuários. O acesso a esses documentos foi feito entre 18 e 23 de janeiro de 2019. Até a data de fechamento deste artigo, não houve alteração no texto da política desde então. O estudo completo, ao qual nos referimos e indicamos no início deste artigo, reuniu diferentes métodos e técnicas, como revisão

¹³ Definição de Rheingold: um dos primeiros autores a cunhar o termo 'comunidade virtual': "Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace." Ver: Rheingold (1993).

bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo (dos comentários de leitores). Para este artigo, recorreremos à revisão bibliográfica da temática moderação e audiências ativas; para a avaliação dos documentos nos centramos na pesquisa documental, focada na análise descritiva dos conteúdos.

Para Moreira (2005), a análise crítica do material a ser analisado se constitui como fio condutor para a memória de eventos, pessoas e contextos. “Muitas vezes a consulta aos acervos pode estimular aspectos ou ângulos de abordagem não previstos na fase de elaboração do projeto de pesquisa. Nessa peculiaridade, [...], reside um atributo fascinante da análise de documentos.” (MOREIRA, 2005, p. 274).

Além da pesquisa do objeto específico, a autora ressalta a necessidade de apuração paralela aos dados coletados, uma vez que considera a contextualização imperativa para concretizar um projeto de análise documental.

A análise documental, muito mais do que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue desta maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos. (MOREIRA, 2005, p. 276).

Definimos como ‘política editorial de moderação’ por considerarmos que o termo ‘editorial’ engloba o direcionamento de práticas de participação dos leitores, em sintonia com a política editorial, focada na excelência das práticas jornalísticas, incluindo as diretrizes éticas e as estruturas legais definidas pelos jornais. A princípio, o termo ‘editorial’ nasce na definição e condução de boas práticas, seja destinada aos leitores ou aos jornalistas.

Deste modo, partimos do princípio de que as caixas de comentários são concebidas prioritariamente como espaços democráticos no ambiente digital, desde que o leitor respeite a legislação local e as políticas de uso do site jornalístico. Assim como o leitor tem sua responsabilidade enquanto cidadão, ao veículo de comunicação cabe a incumbência (e responsabilização jurídica) pela manutenção de um ambiente digital de discussão saudável. A organização desse processo tem sido um desafio para muitas redações jornalísticas, sobretudo quando os leitores não cumprem com os acordos estabelecidos previamente. Nesse sentido, buscamos compreender a política editorial de um jornal digital internacional que vem se destacando por dialogar com o público de forma organizada.

O documento *Padrões da comunidade on-line e guia de participação do usuário* é considerado colaborativo uma vez que foi escrito e aprimorado por um grupo, incluindo o

conselho editorial, moderadores, editores e feedbacks de usuários. O jornal britânico ressalta que o texto do documento foi definido tendo como base a longa experiência com a participação da comunidade on-line no site do *The Guardian*, sendo norteados pelas melhores práticas no gerenciamento da comunidade – atreladas aos valores editoriais do periódico. O jornal recomenda que os leitores releiam sempre que possível o documento, já que o texto passa por revisões periódicas. Nas referências deste artigo, constam as informações de publicação deste documento on-line com as dez regras de moderação, que podem ser acessadas na íntegra (COMMUNITY..., 2009). Aqui apresentamos o texto resumido pelo próprio jornal:

De modo objetivo: – Caso você aja com maturidade e consideração com outros usuários, você não deverá ter problemas; – Não seja desagradável. Demonstre e divida sua inteligência, sabedoria e senso de humor que sabemos que possui; – Seja responsável pela qualidade da conversação que está participando. Nos ajude a deixar o espaço inteligente para discussões e assim será.¹⁴ (COMMUNITY..., 2009, tradução nossa).

As regras para manter um ambiente saudável de discussão no jornal britânico são dispostas com simplicidade e bom humor. Além disso, faz uso de estratégias comunicacionais para ficar mais próximo do seu público e, assim, promover a interação que contribui para a permanência do leitor no jornal. Essa relação também merece atenção, mas neste artigo vamos nos ater apenas ao papel do jornalismo na produção de políticas editoriais na participação on-line. O documento esclarece o que pode ou não ser postado, como a proibição de *spams* ou material comercial, por exemplo. Reforça o pedido por uma postura de respeito na participação. Reconhece que seus artigos contêm doses de criticismo, anunciando que a equipe do jornal domina a distinção entre o que é construtivo, argumento focado e táticas falseadas quanto à moderação de comentários. O documento é bastante claro quanto a não tolerância a racismo, sexismo, homofobia ou outras formas de discurso de ódio. Ao fim do texto, pede-se aos usuários para que reportem ao jornal quando virem comentários disruptivos ou que vão contra às normas da política editorial de moderação, enfatizando a responsabilidade dos leitores na manutenção de um ambiente positivo para as discussões (COMMUNITY..., 2009).

¹⁴ No original: “In short: – If you act with maturity and consideration for other users, you should have no problems. – Don’t be unpleasant. Demonstrate and share the intelligence, wisdom and humour we know you possess – Take some responsibility for the quality of the conversations in which you are participating. Help make this an intelligent place for discussion and it will be”.

A política de moderação do *The Guardian* define duas razões para deletar comentários: uma quando se trata de *spams* ou quando são respostas a uma postagem já bloqueada pelos moderadores. Geralmente, um comentário é deletado quando viola as regras de moderação ou quando os moderadores consideram o conteúdo abusivo ou disruptivo em algum grau. Somente uma pequena parte dos comentários é apagada por questões de legislação, de acordo com o jornal.

O *The Guardian* resume seu posicionamento na condução de sua plataforma digital da seguinte forma: “um local na internet em que o leitor sempre encontrará vibração, entretenimento e, acima de tudo, discussões inteligentes”,¹⁵ destacando que oferece diversas oportunidades para os leitores discutirem as reportagens publicadas, sob a perspectiva de que o site seja seguro e inclusivo (COMMUNITY..., 2009, tradução nossa).

No documento intitulado *Frequently Asked Questions* (FAQs), destinado à comunidade on-line do *The Guardian*, os temas são divididos em quatro tópicos: sobre o time de moderadores; questões editoriais e comunidade on-line; os processos de moderação e como atuam; e ao final, as funcionalidades da comunidade on-line (questões mais práticas de utilização do site). Compõem esse documento as respostas a 65 questionamentos comuns. Algumas respostas possuem os mesmos conteúdos, indicando a intenção de reforçar as regras para uso do site (FREQUENTLY..., 2009).

Sobre o funcionamento do time de moderadores, uma das perguntas: “quem modera os moderadores?” é respondida pelo *The Guardian*, explicando que esses profissionais fazem parte do ‘Time de comunidade’, subordinado ao chefe do setor Comunidade e ao editor executivo de audiência do jornal. O periódico esclarece que os editores da redação não atuam diretamente na política de moderação e no processo diário, mas podem ser consultados (por serem experientes em determinados temas) para tomada de decisão de moderação (FREQUENTLY..., 2009).

As experiências registradas ao longo da história do jornalismo digital (QUADROS, 2005) demonstram que regras estabelecidas podem contribuir para o avanço do jornalismo. Para Graham e Wright (2015), os jornalistas reconhecem que o debate entre os leitores tem impactado a prática da profissão de forma positiva, como a inclusão de novas pistas sobre determinado assunto e uma reflexão mais aprimorada de um determinado assunto. O debate entre cidadãos e jornalistas, no entanto, ainda é limitado.

¹⁵ No original: “The Guardian website provides a growing number of opportunities for readers who wish to discuss content we publish, or debate issues more generally. Our aim is to ensure this platform is inclusive and safe, and that the Guardian website is the place on the net where you will always find lively, entertaining and, above all, intelligent discussions”.

Nesse bojo, salientamos a posição do jornal de que os jornalistas e autores de textos não possuem permissão para moderar os comentários postados por leitores, segundo o documento FAQs. O procedimento é o seguinte: quando um jornalista quer solicitar a remoção de algum comentário específico, deve registrar uma reclamação no sistema do jornal – a qual, posteriormente, passará pela análise do time de moderadores (FREQUENTLY..., 2009).

Nesse espaço de perguntas ao jornal, os leitores questionam o fechamento das caixas de comentários dias após a publicação. O *The Guardian* reforça sua diretriz de manter as discussões sempre frescas e contemporâneas, explicando a necessidade de encerrar as discussões após alguns dias.

Outro argumento está na quantidade de caixas a serem monitoradas pelos moderadores. O jornal aponta as situações, de um imprevisto ou quando a equipe de moderadores está reduzida, faz-se necessário diminuir o total de caixas de comentários abertas para o controle adequado em tempo real, 24 horas por dia. O periódico também esclarece que há fechamento das caixas quando as discussões entre os usuários migram para temas diferentes do proposto ou quando os ânimos estão exaltados. No texto, o *The Guardian* pede paciência aos leitores nessas situações e concorda que a atitude não parece muito agradável, mas é necessária.

“Por que se permite comentar em algumas reportagens e em outras não?” Nesta resposta, o periódico reafirma que a equipe de moderação possui um limite para a quantidade de trabalho diário e esclarece a não abertura de caixas de comentários em conteúdos sensíveis por questões editoriais ou por razões legais, como *breaking news*, anúncios de mortes, histórias fortemente polêmicas ou emotivas. Tal postura é baseada na experiência do jornal de que alguns temas não geram debates construtivos (FREQUENTLY..., 2009).

Os leitores também perguntam sobre as razões de os comentários inapropriados serem deletados por completo e não apenas a frase ou trecho problemático. Na resposta, explica-se que os moderadores não são editores, ressaltando que os leitores devem compreender que se uma frase é problemática, todo o conteúdo do comentário será removido. Ou seja, não é permitido editar comentários para que inadvertidamente não se altere o significado da contribuição. Nesse caso, o *The Guardian* aproveita para reforçar o pedido para que os leitores reflitam, cuidadosamente, antes de enviar um comentário no site (FREQUENTLY..., 2009).

Nas FAQs, os leitores também querem entender o significado de uma mensagem informando que o comentário passará por pré-moderação. O jornal explica que usa esse mecanismo, em situações isoladas, quando um usuário (em particular) pode representar risco ao site – baseado no histórico do comportamento (exemplo: quem posta insultos, abusos reportados ou *spams*). Nessas ocasiões, todos os comentários do usuário em questão passam por um filtro temporário e as postagens são pré-moderadas antes da publicação no jornal. Lembrando que, de modo geral, o periódico britânico trabalha no sistema de pós-moderação (quando os moderadores analisam a mensagem após a postagem no site). Trataremos novamente desse tópico adiante (FREQUENTLY..., 2009).

Para finalizar a análise do documento FAQs, sobre a funcionalidade do site, os usuários pedem esclarecimento sobre a palavra ‘recomendado’ nos comentários. Na resposta, explica-se que a ferramenta ‘recomendado’ serve para dar um ‘voto’ a um comentário merecedor de mérito ou atenção. Essas recomendações são semelhantes às famosas curtidas das redes sociais, sendo que o total de ‘votos’ recebidos fica exposto logo acima do comentário postado. Nesse contexto, o jornal britânico enfatiza que o *staff* editorial escolhe os comentários mais relevantes das reportagens (com base no número de recomendações) para destacá-lo em outras seções do site, como o *Comment is Free*. No médio e longo prazo, é possível que as recomendações tenham outras utilizações também (FREQUENTLY..., 2009).

Para melhor compreensão do contexto do objeto aqui apresentado, resumimos no quadro a seguir as estratégias e ações do jornal britânico destinadas à valorização da participação do leitor, assim como nos indicam o modo como conduzem as interações da comunidade on-line de leitores.

Quadro 1 - Resumo das estratégias do *The Guardian*

Estratégias/recursos	Objetivos
Documento: <i>Padrões da comunidade on-line e guia de participação do usuário</i>	Estabelecer um conjunto de normas e regras que devem ser seguidas pelos leitores ao enviar suas participações (comentários) e interagir com outros leitores no site do <i>The Guardian</i> ; assim como definir as regras de moderação para manter o ambiente de discussão saudável. Consideramos esse conjunto uma forma de conduzir a comunidade on-line de leitores.
Documento: perguntas de usuários no serviço <i>Frequently Asked Questions (FAQs)</i>	Reforçar as regras estabelecidas no documento <i>Padrões da comunidade on-line e guia de participação do usuário</i> por meio de respostas a 65 questionamentos bastante comuns entre leitores. Desta forma, o leitor bem informado das regras tende a compreender melhor a estrutura de moderação do site do <i>The Guardian</i> .

Filtro dos comentários	Valorizar a participação do leitor. O site do <i>The Guardian</i> possui três filtros de comentários: os mais 'recomendados', os mais 'recentes' e os mais 'antigos'. O filtro dos mais 'recomendados' são as postagens mais populares e as que tiveram o maior número de 'curtidas' entre os leitores. O jornal britânico ressalta que esse filtro auxilia o <i>staff</i> jornalístico na seleção dos melhores comentários para destacá-los em outras seções do site.
Perfil de cada usuário	Dar visibilidade ao leitor. Cada usuário possui um perfil no site do jornal no qual ficam registrados todos os comentários e a discussão na qual estava inserida, assim como a quantidade de 'curtidas' de cada postagem feita.
Seção 'Letters'	Envolver a audiência nos debates propostos pelo jornal. Trata-se de uma seção específica no site para o envio da antiga 'Carta do leitor' só que via e-mail. Uma ferramenta para os usuários que preferem esse tipo de participação ao invés dos comentários.
Ranking das reportagens do dia	Uma ferramenta que serve para conduzir a audiência interessada em ter um ranking das reportagens em três filtros: as 'mais visualizadas' ou 'mais comentadas' ou 'mais compartilhadas'. Esse ranking sempre está localizado no pé da página sob o título "As mais visualizadas".
Investimento em pesquisa	O jornal britânico ressalta seu investimento em pesquisa para compreender a problemática das interações em sites jornalísticos e também para aprimorar a abordagem com a sua comunidade on-line de leitores.

Fonte: Macedo (2020).

Consideramos que, ao longo dos últimos 20 anos, o jornal britânico pavimentou a consolidação da audiência e da participação da comunidade on-line leitores em sua plataforma digital centrando parte dos seus esforços nas estratégias e ações descritas acima. Compreendemos que toda participação democrática também cumpre com deveres e direitos dos cidadãos. Nesse sentido, autores como Masip *et al.* (2015) abordam como as oportunidades de debate público ofertadas pela tecnologia abriram espaço para a participação do público no jornalismo digital. No caso das interações dos leitores, os autores questionam se as tecnologias interativas incentivam a democracia ou o mercado, e se empoderam o cidadão ou fortalecem o consumidor; além de destacar a relevância do debate sobre o papel que os usuários atribuem a sua participação no funcionamento nos meios de comunicação e se contribuem no aprimoramento de sua função democrática.

No caso do *The Guardian*, mesmo diante do interesse mercadológico da participação dos leitores, nos parece evidente o esforço genuíno em construir e consolidar uma comunidade on-line de leitores, conforme a descrição das regras descritas acima. A clareza nas definições de como este ambiente digital deve funcionar contribui para o entendimento de quem participa das discussões e defende a manutenção deste espaço de diálogo. Ou seja, a 'conta' para manter uma comunidade on-line de leitores precisa ser 'dividida' entre quem oferta o espaço e quem participa e colabora para o debate. Torna-se vital para a sobrevivência do jornalismo promover um ambiente de participação digital em que os

leitores se sintam parte de um projeto jornalístico, como vislumbra Masip *et al.* (2015) no conceito de audiências ativas.

Compreendemos o espaço para comentários de leitores como vital para a aproximação do público. Com bem pontuam Coen *et al.* (2021, p. 402, tradução nossa)¹⁶. “[...] os comentários dos leitores representam um recurso valioso para aqueles que buscam entender as percepções e as construções públicas”. No entanto, concordamos com as referidas autoras que os comentários dos leitores podem incentivar a polarização. A pesquisa em tela mostrou que quando se constrói uma política editorial com a participação do leitor, é possível oferecer um jornalismo de qualidade.

5 Considerações finais

Neste artigo, analisamos as políticas editoriais de moderação do *The Guardian*, um exemplo a ser seguido quando muitos meios digitais, como *Reuters* e *CNN* optaram por remover os comentários dos leitores (LIU; McLEOD, 2021). Não se pode ignorar a audiência, sobretudo quando ela também deseja participar da construção de uma notícia. Na pesquisa de mestrado da qual deriva este texto foi possível verificar como se dá a interação de leitores no *The Guardian*. Aqui apresentamos como a definição de políticas editoriais de moderação e o estabelecimento de regras de uso do site jornalístico precisam ser delineados focando não só na formação de uma comunidade on-line de leitores, mas também buscando a fidelidade e lealdade de seus leitores ao projeto jornalístico. No caso do *The Guardian*, a ‘cessão de controle’, ao qual Trygg (2012) se refere, pode ser verificado, em certo grau, no pedido do jornal aos seus leitores para que reportem aos moderadores quando virem conteúdos que claramente ferem a política do jornal digital para a comunidade on-line de leitores.

Embora haja total responsabilidade do periódico sobre os conteúdos postados por seus leitores, o documento *Community standards* é bastante convincente no sentido de conscientizar sua audiência: “A plataforma é nossa, mas as conversações pertencem a todos. [...] Quando todos se responsabilizam por manter um ambiente apropriado e construtivo, o debate melhora e todos se beneficiam.”¹⁷ (COMMUNITY..., 2009, tradução nossa).

¹⁶ No original: “[...] readers’ comments represent a valuable resource for those seeking to understand public perceptions and constructions.”

¹⁷ No original: “The platform is ours, but the conversation belongs to everybody. We want this to be a welcoming space for intelligent discussion, and we expect participants to help us achieve this by notifying us of potential problems and helping each other to keep conversations inviting and appropriate. If you spot something problematic in community interaction areas, please report it. When we all take responsibility for maintaining an appropriate and constructive environment, the debate itself is improved and everyone benefits”.

No bojo de estímulo à participação dos leitores, cabe ressaltar uma das passagens do livro sobre a trajetória de Alan Rusbridger, que foi editor-chefe do *The Guardian* por mais de 20 anos, o próprio argumenta que

[...] os jornalistas não têm mais quase-monopólio das notícias e dos meios de distribuição. O mundo vertical se foi para sempre. Os jornalistas não estão mais em uma plataforma acima de seus leitores. Eles precisam encontrar uma nova voz. Eles precisam recuperar a confiança. (RUSBRIDGER, 2018, não paginado, tradução nossa¹⁸).

Ou seja, o jornalista sustenta que o jornalismo deve repensar seus métodos; reconfigurar o relacionamento com o novo caleidoscópio de vozes, sendo mais aberto sobre o que faz e como faz.

Nesse sentido, constatamos que, ao longo dos últimos anos, o jornal britânico trilhou o caminho para a construção de um ambiente virtual saudável – algo que não é simples e nem feito de soluções a curto prazo. Cada vez mais as empresas vão precisar buscar ferramentas, estratégias e alternativas que se moldem aos seus negócios jornalísticos no enfrentamento à problemática da interação entre leitores. Além de compreender as potencialidades de uma comunidade on-line de leitores, nesse processo é fundamental gerenciá-la como um dos pilares para a continuidade de um jornal impresso na plataforma digital.

A discussão sobre a participação do público não é nova (QUADROS, 2005; DIAZ NOCI, 2014), mas convém acompanhar as mudanças a partir de novos contextos. Os jornais passaram a mediar a participação do público após experiências positivas e negativas de várias outras publicações, como *Slashdot*, *Indymedia* e *Los Angeles Times*. O jornal *The Guardian* acompanhou essas tendências e, hoje, apresenta uma política editorial que estabelece regras para a participação do leitor, consolidando um espaço para interagir com o leitor.

Os comentários dos jornais são importantes para verificar a percepção de seus leitores. Portanto, além das políticas editoriais dos jornais, pesquisas futuras podem procurar saber de que modo os leitores percebem esse espaço de comentários. A participação dos cidadãos nos jornais digitais é analisada por Diaz Noci (2014) de forma bastante crítica. Compreendemos que não basta ter um espaço para colocar a sua opinião. É preciso ser

¹⁸ No original: "Journalists no longer have a near-monopoly on news and the means of distribution. The vertical world is gone forever. Journalists no longer stand on a platform above their readers. They need to find a new voice. They have to regain trust. Journalism have to rethink its methods; reconfigure relationship with the new kaleidoscope of other voices. It has to be more open about what it does and how it does it."

ouvido também. No entanto, reconhecemos que a participação do público nos produtos jornalísticos tem mudado a forma de fazer jornalismo.

Referências

ANDERSON, I. *et al.* The dark side of The Guardian comments. **The Guardian**, London, 12 Apr. 2016.

CARVALHO, M. Ler jornais na era da desinformação. **O Público**, Lisboa, 21 nov. 2022.

COEN, S. *et al.* Talk like an expert: the construction of expertise in news comments concerning climate change. **Public Understanding of Science**, Thousand Oaks, v. 30, n. 4, p. 400-416, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/096366252098>. Acesso em: 12 jun. 2023.

COMMUNITY standards and participation guidelines: 10 guidelines which we expect all participants in the Guardian's community areas to abide by. **The Guardian**, London, 7 May 2009.

DIAZ NOCI, J. A new information landscape. Are convergence, participation and new devices killing (or saving) the press? *In*: GARCÍA, A. (coord.) **Periodística y web 2.0: hacia la construcción de un nuevo modelo**. Barcelona: Sociedad Española de Periodística, 2014. p. 13-40.

DOMINGO, D. Fostering and moderating citizen conversations. *In*: ZION, L.; CRAIG, D. (ed.). **Ethics for digital journalists: emerging best practices**. New York: Routledge, Taylor & Francis 2015. p. 159-173.

DOMINGO, D. *et al.* Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers. **Journalism Practice**, London, v. 2, n. 3, p. 326-342, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17512780802281065>. Acesso em: 26 jun. 2023.

FREQUENTLY asked questions about community on the Guardian website: everything you've ever wanted to know about community on the Guardian website. **The Guardian**, London, 7 May 2009.

GRAHAM, T; WRIGHT, S. A tale of two stories from 'below the line': comment fields at the Guardian. **The International Journal of Press/Politics**, Thousand Oaks, v. 20, n. 3, p. 317-338, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1940161215581926>. Acesso em: 26 jun. 2023.

LEE, E.-J.; JANG, Y. J.; CHUNG, M. When and how user comments affect news readers' personal opinion: perceived public opinion and perceived news position as mediators. **Digital Journalism**, London, v. 9, n. 1, p. 42-63, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1837638>. Acesso em: 26 jun. 2023.

LIU, J.; McLEOD, D. M. Pathways to news commenting and the removal of the comment system on news websites. **Journalism**, Thousand Oaks, v. 22, n. 4, p. 867-881, 2021. Disponível em:

<https://doi.org/10.1177/1464884919849954>. Acesso em: 26 jun. 2023.

MACEDO, K. C. de A. **As interações entre leitores na seção The long read do The Guardian**: entre a política editorial de moderação e a participação das audiências ativas. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020.

MASIP, P. *et al.* Active audiences and journalism; involved citizens or motivated consumers? **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 11, n. 1, p. 234 - 255, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n1.2015.815>. Acesso em: 26 jun. 2023.

MOLINA, M. **Os melhores jornais do mundo**: uma visão da imprensa internacional. São Paulo: Globo, 2008.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e técnica. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

QUADROS, C. I. A participação do público no webjornalismo. **E-Compós**, Brasília, v. 4, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.56>. Acesso em: 26 jun.2023.

REINHOLD, H. **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. Massachusetts: MIT Press, 1993.

RUIZ, C. *et al.* Public sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in on-line newspapers. **International Journal of Press/Politics**, Thousand Oaks, v. 16, n. 4, p. 463 - 487, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1940161211415849>. Acesso em: 26 jun. 2023.

RUSBRIDGER, A. **Breaking news**: the remaking of journalism and why it matters now. Edinburgh: Canongate Books, 2018.

TRYGG, S. **Is comment free?** Ethical, editorial and political problems of moderating online news. London: Polis/ London School of Economics and Political Science, 2012.

VERSTEEG, W.; TE MOLDER, H.; SNEIJDER, P. Listen to your body: participants' alternative to science in online health discussions. **Health**, London, v. 22, n. 5, p. 432-450, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1363459317695632>. Acesso em: 26 jun. 2023.

The Guardian's editorial moderation policy strategies for online community of readers

Abstract

This article aims to analyze how the editorial policy's moderation strategies of one of the largest newspapers in the world, The Guardian, paved the way for the consolidation of the online community of readers on the digital platform. It proposes to demonstrate how facing the problem of interaction (through

comments) led The Guardian to build a strengthened community that is willing to take stances. The analysis presented here showcases some of the findings from a survey on reader participation in long form journalism. Through this case study, we revisit theorists to confront them with moderation practices and data from document-based research. It is assumed that the establishment of an online community of readers is anchored in the understanding and appreciation of the readership, as well as in encouraging loyalty to the journalistic project through effective interaction strategies and supported by the moderation of discussions.

Keywords

digital journalism; editorial moderation policy; interaction; comments; The Guardian

Autoria para correspondência

Keyse Caldeira de Aquino Macedo
keysecaldeira@gmail.com

Claudia Irene de Quadros
clauquadros@gmail.com

Como citar

MACEDO, Keyse Caldeira de Aquino; QUADROS, Claudia Irene de. As estratégias de política editorial de moderação do *The Guardian* para a comunidade on-line de leitores. Intexto, Porto Alegre, n. 55, e-130210, 2023. <https://doi.org/10.19132/1807-8583.55.130210>

Recebido: 15/02/2023

Aceito: 17/06/2023



Copyright (c) 2023 Keyse Caldeira de Aquino Macedo, Claudia Irene de Quadros. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.