

## **Mediatização e enunciação jornalística: reflexões epistemo- metodológicas sobre a articulação entre abordagens quantitativa e qualitativa (AC e AD)**

*Mediatization and journalistic enunciation: epistemo-methodological  
reflections on the articulation between quantitative and qualitative approaches  
(AC and AD)*

*Mediatización y enunciación periodística: reflexiones epistemo-metodológicas  
sobre la articulación entre enfoques cuantitativos y cualitativos (AC y AD)*

*Claudiane de Oliveira Carvalho<sup>1</sup>*

*Giovandro Marcus Ferreira<sup>2</sup>*

*Clarissa Viana Matos de Moura<sup>3</sup>*

**Resumo:** Partindo da perspectiva de que os dispositivos técnicos da comunicação influem na enunciação e, portanto, na construção do sentido, este texto busca demonstrar como a articulação entre pesquisas quantitativas e qualitativas podem constituir um percurso epistemo-metodológico aos desafios da análise da enunciação jornalística na complexa paisagem midiática contemporânea. Para tanto, realizamos, de forma introdutória, uma reflexão sobre o fenômeno da mediatização e suas implicações no jornalismo. Na sequência, mostramos que abordagens qualitativas e quantitativas partilham as mesmas funções epistemológicas e também delineamos suas especificidades e os aspectos comuns a ambas. Por fim, apresentamos uma investigação, na qual a questão central e as condições de pesquisa solicitaram a articulação e a sobreposição entre a abordagem quantitativa da Análise de Conteúdo (AC) e a qualitativa da Análise de Discurso (AD) de vertente sociodiscursiva.

**Palavras-chave:** Mediatização. Enunciação. Jornalismo. Metodologia. Discurso.

**Abstract:** Starting from the perspective that the technical devices of communication influence the enunciation and, therefore, in the construction of meaning, this text seeks to demonstrate how the articulation between quantitative and qualitative research can constitute an epistemo-methodological path to the challenges of the analysis of journalistic enunciation in the complex contemporary media landscape. To do so, we conducted, in an introductory way, a reflection on the phenomenon of mediatization and its implications in journalism. In sequence, we show that qualitative and quantitative approaches share the same epistemological functions and we also outline their specificities and aspects common to both. Finally, we present an investigation, in which the central question and the research conditions requested the articulation and overlap between the quantitative approach to Content Analysis (AC) and the qualitative approach to

---

<sup>1</sup> Universidade Federal da Bahia, Brasil. E-mail: claudianecarvalho29@gmail.com.

<sup>2</sup> Universidade Federal da Bahia, Brasil. E-mail: giovandro.ferreira@gmail.com.

<sup>3</sup> Universidade Federal da Bahia, Brasil. E-mail: clarissa.viana@gmail.com.

Discourse Analysis (AD) with a socio-discursive aspect.

**Keywords:** Mediatization. Enunciation. Journalism. Methodology. Discourse.

**Resumen:** Partiendo de la perspectiva de que los dispositivos técnicos de la comunicación influyen en la enunciación y, por tanto, en la construcción del significado, este texto busca demostrar cómo la articulación entre investigación cuantitativa y cualitativa puede constituir un camino epistemo-metodológico a los desafíos del análisis de la enunciación periodística en el complejo panorama mediático contemporáneo. Para ello, realizamos, de forma introductoria, una reflexión sobre el fenómeno de la cobertura mediática y sus implicaciones en el periodismo. En secuencia, mostramos que los enfoques cualitativos y cuantitativos comparten las mismas funciones epistemológicas y también delineamos sus especificidades y aspectos comunes a ambos. Finalmente, presentamos una investigación, en la cual la pregunta central y las condiciones de la investigación solicitaron la articulación y superposición entre el enfoque cuantitativo del Análisis de Contenido (CA) y el enfoque cualitativo del Análisis del Discurso (AD) con un aspecto socio-discursivo.

**Palabras clave:** Mediatización. Enunciación. Periodismo. Metodología. Discurso.

## 1 O FENÔMENO DA MEDIATIZAÇÃO E SUAS IMPLICAÇÕES NA ENUNCIÇÃO JORNALÍSTICA

A ambiência dos meios de comunicação implica mudanças estruturais na sociedade e na cultura, alterando práticas, relações e discursos sociais. O fenômeno, que, especialmente a partir da década de 1980, vem ganhando destaque nos estudos do campo comunicacional, é denominado de mediatização<sup>4</sup> e conduz ao abandono de uma perspectiva funcional em relação aos meios para entendê-los enquanto instituições (semi) autônomas que expandem a comunicação no tempo, no espaço e na modalidade, gerando novos modos de ser e estar socialmente (HJARVARD, 2014; LUNDBY, 2014).

Fenômeno de dimensão globalizante, mas contextualizado e diverso, a mediatização vem estimulando pesquisas em diferentes abordagens, cujas investigações são agrupadas, em sua maioria, em três vertentes: institucional, materialista e cultural (LUNDBY, 2014). A primeira consiste numa abordagem de médio alcance que se preocupa com as transformações provocadas pelos meios nas instituições sociais. Para Stig Hjarvard (2014), expoente

---

<sup>4</sup> Neste texto, adotamos o termo mediatização em referência à noção de médium, à mediação inerente ao processo social de construção do sentido e à exposição dos processos de significação em dispositivos materiais.

pesquisador dessa vertente, a mediatização é gestada na modernidade tardia e a interação social ocorre cada vez mais sob a influência da mídia e, em certa medida, à mercê da “lógica da mídia”.

A vertente material tem foco na teoria dos meios, da materialidade e do espaço. Debruça-se, com mais ênfase, sobre os processos de digitalização e considera que cada época tem sua materialidade mediática dominante. Já a vertente cultural, inspirada no construtivismo social, busca entender como a ambiência mediática influi na construção social da realidade e, portanto, como interfere na produção do sentido para as ações e discursividades sociais. De acordo com Sodré (2018), o contexto contemporâneo engendrou o *bios* mediático ou *bios* virtual, expressões adequadas ao novo tipo de forma de vida, na qual os media se enraízam culturalmente na vida social. Seguindo nessa vertente, Couldry (2014) entende a mediatização como um “metaprocessos” que permeia os distintos campos sociais sem, necessariamente, impor as “lógicas da mídia”, mas promovendo negociações entre os respectivos capitais dos campos e o “metacapital” mediático, remodelando as interações entre indivíduos, meios e instituições.

Ainda na vertente cultural, mas inovando com um olhar semioantropológico, Eliseo Verón (2011, 2013, 2014) considera que a mediatização, embora não seja universal, está vinculada aos fenômenos mediáticos, ou seja, ao surgimento de uma nova tecnologia, pela qual ocorrem mudanças na exteriorização de processos mentais em dispositivos materiais. Nessa abordagem, mediatização encerra uma sequência histórica que reestrutura, com intensidade e características ímpares, as condições de produção dos discursos no final do século XX e início do XXI, engendrando o que Couldry e Hepp (2017) denominam de “mediatização profunda”<sup>5</sup>. Nessa conjuntura, a construção social da realidade depende recursivamente das tecnologias dos meios de comunicação.

No que tange ao aprofundamento da mediatização no jornalismo, destacam-se mudanças agudas nos processos de produção, circulação e recepção dos discursos informativos, patrocinadas pela passagem do analógico ao digital, surgimento da internet e da web, das redes sociais, da tecnologia móvel e datificação (BELL; OWEN, 2017). Numa visada semioantropológica, a mediatização do jornalismo acarreta, em proporções distintas e de forma contextualizada cultural e historicamente, a reorganização do espaço-tempo; a autonomia e

---

<sup>5</sup> Para Verón, os fenômenos mediáticos engendram momentos na sequência histórica da mediatização. Couldry e Hepp (2017), por sua vez, chamam de “ondas” as mudanças provocadas pela emergência das novas tecnologias na história. Os autores destacam como ondas, a mecanização, a eletrificação, a digitalização e a datificação. O fato é que todo fenômeno mediático provoca uma mudança na escala espaço-tempo, a qual reverbera na produção jornalística.

persistência do discurso no tempo e no espaço; a aceleração do tempo histórico; e a revolução do acesso (VERÓN, 2013, 2014).

A configuração discursiva num dispositivo<sup>6</sup> material já engendra a persistência e autonomia do discurso no espaço e no tempo. Esse dispositivo é forjado como meio a partir dos usos sociais institucionalizados e estabilizados, ou seja, com base nas condições de produção, circulação e reconhecimento que são organizadas socialmente em torno da tecnologia (VERÓN, 2014). A circulação do discurso informativo pelo meio de comunicação é que vai gerar a autonomia da informação em relação a emissores e receptores, a persistência do discurso no tempo e a alteração nas modalidades de acesso. Atinente à produção no campo jornalístico, a mudança de escala reverbera na dimensão simbólica, da enunciação, ou seja, dos modos de dizer (VERÓN, 2013).

Explorada em sua dimensão discursiva, a enunciação é o “acontecimento em um tipo de contexto e apreendido na multiplicidade de suas dimensões sociais e psicológicas” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p.193). Para Verón (1987, 2004), se o enunciado é da ordem do dito, a enunciação concerne aos modos de dizer e constrói, pela materialidade discursiva, uma posição para o enunciador, um lugar ao coenunciador e estabelece uma relação entre ambos, engendrando uma zona de pregnância e acoplamentos entre as instâncias de produção e reconhecimento (FAUSTO NETO, 2018). É pela enunciação que são estabelecidos os contratos entre a mídia jornalística e a recepção.

Partindo da premissa de que a mediatização se manifesta na enunciação, somos impelidos a uma reflexão metodológica em torno dos desafios à realização da análise enunciativa em um contexto social marcado pelo aprofundamento da mediatização e pelas novas modalidades de circulação, ou seja, mudanças nas interações entre as instâncias de produção e recepção mediante o fluxo frenético e ininterrupto dos discursos informativos. Face a esta questão, propomos uma intensificação nas apostas em articulações e negociações entre as abordagens qualitativas e quantitativas das pesquisas, as quais já vêm sendo desenvolvidas e estimuladas no processo de institucionalização das ciências sociais (PIRES, 2009). Para desenvolver essa reflexão, dividimos o texto em três partes. Esta primeira atende à proposta de introduzir e contextualizar a questão, apresentando noções e conceitos chave ao debate.

---

<sup>6</sup> A noção de dispositivo abrange, além dos aspectos tecnológicos, a dimensão simbólica demarcada pelas interações sociais contextualizadas (VERÓN, 2004).

Na segunda parte, recorreremos ao legado já deixado por investigações epistemometodológicas em ciências sociais para lembrar que os estudos da mediatização, apesar de enfrentarem desafios, podem evocar referenciais exitosos. Dessa forma, para tratar da conexão entre pesquisas qualitativas e quantitativas, suas membranas e fronteiras, articulamos as reflexões de autores como Kaplan (1975) e Pires (2009), que defendem a soberania do objeto e do problema de pesquisa face às dicotomias e propostas hierarquizantes. A partir das reflexões desses autores, mostramos que abordagens qualitativas e quantitativas partilham as mesmas funções epistemológicas e também delineamos suas especificidades e os aspectos comuns a ambas.

Por fim, apresentamos um exemplo de estudo da enunciação jornalística que solicitou a articulação entre a abordagem, *a priori*, quantitativa da Análise de Conteúdo (AC) e a qualitativa da Análise de Discurso (AD) sociodiscursiva. Diante da complexidade do objeto e do problema de investigação, encontramos, no próprio ato de pesquisar, marcado pela intertextualidade e pelo novo, um aporte teórico-metodológico calcado na inter-relação supracitada.

## **2 ARTICULAÇÃO ENTRE ABORDAGENS QUANTITATIVAS E QUALITATIVAS: ASPECTOS EPISTEMO-METODOLÓGICOS E OS ESTUDOS DA MEDIATIZAÇÃO**

A conexão entre abordagens quantitativas e qualitativas tem como pressuposto a ruptura com uma visão dicotômica e hierarquizada, estabelecendo que as decisões metodológicas são secundárias em relação aos aspectos do objeto e “espírito do problema de pesquisa” (BACHELARD, 1996). Por esse prisma, Kaplan (1975) ressalta que a metodologia tem como objetivo ajudar-nos a compreender, nos mais amplos termos, não os produtos da pesquisa científica, mas o processo. Nessa direção, a metodologia auxilia a desobstruir as vias da investigação, porém não constitui condição suficiente para realização da ciência (PEIRCE, 2008).

Segundo Kaplan (1975), o objeto de estudo da lógica é a adequação do espírito do cientista ao problema e, nesse sentido, pesquisar é uma relação dialética entre lógica reconstruída (métodos e técnicas já testados e configurados enquanto narrativa) e lógica em uso (desenvolvida na interação peculiar de cada pesquisa) – uma espécie de dinâmica de “forma-

formante e forma-formada” (PAREYSON, 1997), por meio da qual o caminhar indica, em certa medida, o caminho e os modos de percorrê-lo<sup>7</sup>.

Em tempo, para Kaplan (1975), a metodologia é um termo com dupla acepção, pois refere-se a uma disciplina e ao seu objeto. Em sua visão, a metodologia tem interesse por princípios e técnicas de alcance médio, ou seja, métodos. Os métodos são técnicas suficientemente gerais para se tornarem comuns a todas as ciências ou a uma significativa parte delas. E, alternativamente, são princípios filosóficos ou lógicos suficientemente específicos a ponto de poderem estar particularmente relacionados com a ciência, distinguindo-a de outras práticas. Assim, os métodos conformam estratégias de produção de conhecimento científico, incluindo a geração e validação de teorias (CANO, 2012).

Embora muita tinta já tenha sido gasta para tratar da construção de aportes metodológicos aos estudos da mediatização (LUNDBY, 2014, HEPP *et al*, 2018), o tema ainda é desafiador, impelindo-nos a olhar para trás, a fim de visualizar pistas aos desafios impostos pelas circunstâncias do presente. Em linhas gerais, a dimensão metodológica, guiada pela inquietação de como apreender a verdade sobre o mundo social, ancorou-se na natureza dos dados e agrupou duas perspectivas. A primeira, a quantitativa, guiada pelos números, marcou sintonia com as ciências da natureza e lançou como objetivos a predição, a regulação e a precisão. A segunda, por sua vez, desenhou outros contornos à noção metodológica de precisão, por meio de dados qualitativos. Pires (2009) argumenta que, no plano epistemológico, medidas qualitativas e quantitativas partilham as mesmas funções, a saber: neutralizar certos aspectos da subjetividade do pesquisador e algumas pré-respostas ao problema; e abrir espaço para emergência de uma ideia nova ao longo da atividade de pesquisa. Assim, as medidas quantitativas e qualitativas, além de proporcionarem forma e grau de precisão, também têm as funções reflexiva e de descoberta (ou criatividade).

Diante disso, o autor rechaça a afirmação de que exista uma metodologia qualitativa ou quantitativa para defender pesquisas qualitativas ou quantitativas (ou as duas, simultaneamente). Em sua opinião, embora haja questões e estratégias específicas que se aplicam mais a uma ou outra técnica de observação empírica, forma de amostragem, ou

---

<sup>7</sup> Sem pretender traçar uma relação biunívoca entre o processo artístico e o processo da pesquisa científica, observa-se que a teoria da formatividade, defendida por Luigi Pareyson (1997), pode ser aplicada ao ato de pesquisa, uma vez que, ao ressaltar o processo dinâmico de interação entre sujeito e objeto, indica que o êxito da pesquisa depende da experiência e originalidade da abordagem do pesquisador, mas também da sua capacidade de estar atento aos “caminhos” e indicativos metodológicos apontados pelo objeto e pelo problema de pesquisa.

modalidade de tratamento de dados etc., não há elementos suficientes para se falar em uma “metodologia à parte”. Pela mesma razão, Pires (2009) evita associar metodologia a um enquadramento teórico particular ou restringi-la às molduras disciplinares. No mais, destaca que tanto as abordagens qualitativas quanto as quantitativas permitem descrever, compreender, explicar ou avaliar e, logo, não devem ser apresentadas pela finalidade da pesquisa.

No que tange às interseções, pesquisas qualitativas e quantitativas têm vários pontos de convergência e conexão quando se trata das ciências sociais, cujo objeto é um ser simbólico, espaço-temporal, que tem as relações com o mundo, com o outro e consigo mesmo mediadas pelos signos. Assim, os fenômenos sociais existem para nós enquanto processos de produção de sentido (KAPLAN, 1975). Em outros termos, a realidade social é construída nas interações, práticas e discursividades sociais – entre elas, as jornalísticas (BERGER, LUCKMANN, 2008; SODRÉ, 2009).

Nesse cenário, vale sublinhar que o objeto de estudo é construído técnica e teoricamente num procedimento metodológico do pesquisador. Schutz (1987) ressalta que o objeto construído do pesquisador social já passou por um processo de significação, de construção pelo homem comum em suas práticas e discursos cotidianos. Assim, o cientista trabalha com uma construção de segundo grau. Face a isso, a interpelação sobre o tensionamento entre conhecimento científico e senso comum parece inerente às ciências sociais, incluindo, nesse bojo, as aplicadas, a exemplo da comunicação. Nesse debate, sejam nas pesquisas qualitativas ou quantitativas, vale a observação de Stengers (1995) de pensar em substituir a noção de ruptura por demarcação entre o saber científico e o senso comum, uma vez que ambos são impuros e nenhum abarca o objeto em sua completude.

As convergências, sobreposições e fronteiras diluídas entre pesquisas qualitativas e quantitativas têm como consequência, portanto, a dificuldade de identificá-las enquanto metodologias, simultaneamente, excludentes. Nesse viés, Pires defende uma “metodologia geral”, a qual afirma o primado teórico da análise de um problema, ou dos próprios objetos, sobre as diferentes opções epistemológicas e metodológicas possíveis. Uma vez considerada essa perspectiva de uma “metodologia geral”, surge a pergunta sobre o que articulamos quando conectamos pesquisas qualitativas e quantitativas para compreender a construção das enunciações jornalísticas num contexto de aprofundamento da mediatização.

Associar as abordagens quantitativas e qualitativas é vincular, grosso modo, uma abordagem calcada na busca de regularidades, explicação causal, objetividade e generalização

dos resultados com uma abordagem que tem como pressuposto a significação que os atores sociais constroem para suas ações e práticas sociais. É unir os méritos dos “números” (quantificação) com os das “letras”<sup>8</sup> (dados qualitativos) não restringindo a interação ao âmbito dos dados, mas tornando-a estruturante da pesquisa, ou seja, constituinte do seu desenho e concepção, ainda que não ocorra, de fato, em todas as etapas do processo. Essa articulação pressupõe, mais que uma negociação, uma relação em *continuum* entre medição (análise estatística) e interpretação (hermenêutica, análise do discurso etc), regularidade e acontecimento, amostra e *corpus* empírico, hipótese e postulado, objetividade e subjetividade.

A pesquisa quantitativa, via de regra, é calcada na medição ou observação sistemática, em busca de regularidades, porém deve-se reconhecer que todas as medidas são arbitrárias (BABBIE, 1999). Se a ciência social é empiricamente verificável, Babbie (1999) assevera que os métodos de medição devem ser especificados e tratados de forma a permitir a partilha, ou seja, a comunicação do processo, explicitando o desenho da pesquisa em detalhes. No mais, os conceitos devem ser submetidos a exames, mas, para isso, deve-se especificar a medição efetuada.

As pesquisas qualitativas começaram como uma forma mais especializada, atuando numa espécie de subordinação aos estudos quantitativos, considerados, até meados do século passado, mais significativos. Todavia, conquistaram autonomia à medida que se amplificaram as discussões sobre as especificidades do objeto de estudo das ciências sociais e suas implicações epistemológicas e metodológicas.

As pesquisas qualitativas restituem à significação seu lugar central na análise dos fenômenos sociais e humanos. A compreensão de que a realidade social é construída nos processos de socialização, por meio das práticas e relações mediadas pela linguagem, coloca em cena o papel da subjetividade na ação humana (BERGER; LUCKMANN, 2008). A ação, portanto, diferencia-se do movimento físico, por seus aspectos de inteligibilidade, simbólicos e temporais (RICOEUR, 2010). Considerar a subjetividade como pressuposto é também agarrar, simultaneamente, a complexidade das influências que ela sofre no contexto sócio-histórico e cultural amplo. Ao eleger a subjetividade coloca-se em debate, quase que automaticamente, os pressupostos de regularidade, ordem e relação causa-efeito. O viés e o senso comum não são

---

<sup>8</sup> A metáfora dos “números” e das “letras” para referir-se, respectivamente, às pesquisas quantitativas e qualitativas é usada por Houle (1986).

relegados, mas abordados por diferentes frentes, de acordo com os aportes epistemológicos e metodológicos.

Para tratar dos pressupostos na pesquisa qualitativa, é preciso observar suas dinâmicas de validação (interna e externa), mediante as quais os pressupostos emergem reclamando sua especificidade e autoridade (LAPERRIÈRE, 2014).

Atinente ao espectro da validade interna, o pressuposto da subjetividade humana solicita, durante todo o processo de pesquisa, levar em conta o posicionamento (teórico, emocional e social) dos sujeitos envolvidos (pesquisadores e pesquisados). A consideração dos posicionamentos permite o distanciamento e objetivação do pesquisador ou a imersão, se essa for a proposta. A *reflexividade* na pesquisa também não pode ser ignorada. No mais, o critério de objetividade pode ser redefinido em termos de consenso intersubjetivo e/ou de teorias negociadas através de triangulações.

No que tange à validade externa da pesquisa e sua remissão aos pressupostos, está a generalização dos resultados. Esse tema divide opinião entre os cientistas: há aqueles que julgam a singularidade dos fenômenos humanos como intransponível e os que apostam numa possibilidade de generalização. Já a noção de confiabilidade nas pesquisas qualitativas redireciona o foco da estabilidade dos resultados para o da reprodutibilidade. Desse modo, o que se reproduz são as ferramentas conceituais e não descrição empírica de uma situação (LAPERRIÈRE, 2014).

Ao elencar esses argumentos, observa-se que separar pesquisas qualitativas e quantitativas apenas pela diferença da natureza dos dados coletados e, conseqüentemente, da análise desses dados consiste numa visão reducionista, a qual pode ignorar a riqueza da pesquisa alicerçada na complementariedade. Assim, a especificidade do objeto e “espírito do problema” convocam sua soberania e apontam a necessidade de substituir fronteiras por membranas, dicotomias por negociações. A investigação da produção do sentido na enunciação jornalística na atual paisagem mediática parece conclamar a necessidade de olharmos os caminhos trilhados como experiência para ousarmos, ou pelo menos tentarmos fazê-lo, no território das inter-relações metodológicas. O tópico a seguir apresenta uma busca pela combinação entre pesquisas qualitativas e quantitativas para análise da enunciação jornalística.

### **3 UMA PROPOSTA DE ARTICULAÇÃO ENTRE AC E AD DE LINHA SOCIODISCURSIVA PARA ANÁLISE DA ENUNCIÇÃO JORNALÍSTICA**

Esta parte do texto é dedicada a apresentar o desenvolvimento de uma pesquisa, cujo problema solicitou a articulação entre as abordagens quantitativa e qualitativa. O percurso será exposto contemplando três dimensões da investigação social, as quais buscam dar conta da descrição das etapas do processo de pesquisa, a saber: delineamento da pesquisa de acordo com os seus princípios estratégicos; exposição dos métodos de coleta; e, por fim, o tratamento analítico dos dados, via articulação entre análise de conteúdo e análise de discurso de vertente sociodiscursiva. Vale sublinhar que essas etapas são interdependentes, remissivas entre si e, em certa medida, sobrepostas.

### **3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA DE ACORDO COM PRINCÍPIOS ESTRATÉGICOS**

Na fase exploratória, buscava-se delimitar melhor o objeto de estudo, bem como definir categorias capazes de dar conta do objetivo central da pesquisa - analisar as marcas do aprofundamento da mediatização na enunciação jornalística. Uma das premissas era a emergência de novas condições de produção do discurso jornalístico, sobretudo pela porosidade das fronteiras entre as instâncias de produção e reconhecimento que caracteriza a estrutura reticular dessa nova ambiência das mídias sociais.

Os jornais digitais *Folha* e *Estadão* foram selecionados para compor o *corpus*. Concorrentes, com sede em São Paulo, mas de abrangência nacional, os veículos figuram entre o primeiro e o terceiro, respectivamente, em acessos, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) de 2020<sup>9</sup>. As duas publicações também se destacavam, no período pesquisado (2016 e 2017), pela inserção nos sites de redes social, estando entre os dez primeiros sites noticiosos que mais promoveram engajamento nas redes em 2017, segundo dados do TORABIT<sup>10</sup>.

A emergência das redes sociais constituiu um dos elementos centrais do que era compreendido como novas condições de produção e circulação do discurso jornalístico. Para dar conta dessas novas modalidades de circulação da produção jornalística, propomos, além da *home page*, analisar também a página institucional de cada publicação no Facebook<sup>11</sup>. O Facebook, no período estudado, estava entre os sites mais acessados pelos brasileiros, conforme

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/05/circulacao-digital-dos-jornais-cresce-no-trimestre.html>. Acesso em: 11 de out. de 2020.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.torabit.com.br/infograficos-2/>. Acesso em: 11 de out. de 2020.

<sup>11</sup> A pesquisa foi desenvolvida antes das alterações no algoritmo do Facebook, que passou a privilegiar a visibilidade de conteúdo de perfis pessoais em detrimento de páginas públicas – mudança que motivou a desativação da página da Folha, em fevereiro de 2018.

dados do *Alexa*<sup>12</sup>. Essa posição no *ranking* de acessos evidencia o hábito recorrente de consumo de informação via rede social pelos brasileiros, fazendo dessa ambiência uma importante vitrine de aproximação com o leitorado para os veículos jornalísticos, além de um termômetro dos debates públicos.

Desde o momento inicial, o problema de pesquisa já apontava para a necessidade de uma articulação entre Análise de Conteúdo, dado o volume e a complexidade do *corpus* previsto, e Análise do Discurso, a fim de localizar, na superfície do texto, as pistas das condições de produção da construção enunciativa dos webjornais.

O objetivo era perceber as possíveis variações na enunciação jornalística com a incorporação de novos elementos no elo edificado entre enunciador e coenunciador no suporte digital. Uma das hipóteses do estudo era a de que as estratégias que ultrapassam a visada informativa – como o uso de linguagens conativas e expressivas que interpelam o leitor empírico – seriam mais exploradas no *Facebook* dos jornais digitais analisados do que em suas respectivas *home pages*. E, por outro lado, haveria uma convergência discursiva na comparação entre os concorrentes, quando considerada a inserção na mídia social – o discurso jornalístico passaria a incorporar elementos dessa nova ambiência, a exemplo do uso de recursos icônicos e outros elementos comuns nas conversações *online*, como as *hashtags*.

A identificação de convergências e diferenças passou, portanto, pela contagem de ocorrências dessas operações discursivas em cada um dos espaços. Para isso, foi construída uma grade analítica para categorização das matérias significantes, composta de categorias relacionadas ao conteúdo (data e turno de publicação, papel do *hiperlink* como paratexto<sup>13</sup> – chamada, manchete principal, galeria de imagens – e editoria) e relacionadas também às estratégias de enunciação (tipo de título, presença de antetítulo e subtítulo e suas operações discursivas, tipo de fotografia e o efeito de interpelação edificado por meio da enunciação). Assim, foi possível verificar a frequência das operações discursivas e possíveis regularidades.

Nesse processo, um dos fios condutores para a categorização recai sobre a análise dos *hiperlinks*, com seus respectivos títulos que constituíram a unidade analítica necessária para a

<sup>12</sup> Serviço oferecido pela Amazon, que registra o tráfego de dados e sistematiza um *ranking* de sites mais acessados. Disponível em: <https://www.alexa.com/>. Acesso em: 11 de out. de 2020.

<sup>13</sup> Os hiperlinks aparecem como elemento estruturante da relação entre jornais digitais e usuários na medida em que constituem um elemento ligação e de passagem. Ao dar forma ao discurso, podem ser compreendidos à luz do que Gérard Genette (1991) conceitua como paratexto. O hiperlink foi considerado como um elemento paratextual (MIELNICZUK, 2003b; MIELNICZUK & PALACIOS, 2001).

investigação de dois suportes, inicialmente, distintos dentro da web. Ao migrar para as mídias sociais, os *hiperlinks* abrem uma janela para o posicionamento discursivo do jornal digital por gerarem uma espécie de chamada com uma visualização prévia da notícia, composta por título, imagem e resumo.

### 3.2 COLETA DE DADOS, DELIMITAÇÃO DO CORPUS E ANÁLISE DE CONTEÚDO (AC)

A pesquisa num ambiente caracterizado pelo fluxo contínuo de informações impõe um desafio tanto à definição de procedimentos para a captura de dados quanto à delimitação de uma amostra que seja representativa e, ao mesmo tempo, acomode os limites da pesquisa – tempo, material humano, ferramentas para o processamento. Os dados que integram o *corpus* da pesquisa partiram de diferentes fontes, necessitando de procedimentos distintos para captura.

Na análise da *home page*, o objetivo era perceber regularidades a partir de uma amostra que contemplasse o período de dois anos - 2016 e 2017. Considerando o fluxo contínuo de informações e a constante atualização que caracterizam as redes, optamos por realizar três capturas diárias para compor o *corpus*, para que as atualizações, ao longo do dia, fossem contempladas. As manchetes que se repetiam nas capturas eram mantidas na amostra, pois indicavam um maior tempo de permanência do conteúdo na *home*.

Foram realizadas 126 capturas, distribuídas em 42 dias dos anos de 2016 e 2017<sup>14</sup>. Foram considerados os títulos dispostos na zona nobre da *home* – aqueles publicados na parte superior da página, visualizados sem a ação da rolagem pelo usuário. Após passar por tratamento, cada captura gerou uma planilha composta de títulos, data, turno de publicação e seção/editoria, além de uma planilha complementar, com o *ranking* de notícias mais acessadas.

Um recorte temporal equivalente foi utilizado no *Facebook*<sup>15</sup>. Cada semana de captura gerou uma planilha composta de data, horário da publicação, tipo de publicação (link, imagem estática ou vídeo), título da matéria, resumo da matéria (nos casos de links) e dados de engajamento. O levantamento das postagens identificou uma média diária de 67 postagens da Folha e 66 do Estadão, totalizando 1432 postagens no primeiro e 1358 no segundo. A partir

---

<sup>14</sup> Os títulos publicados no ano de 2016 foram recuperados a partir da raspagem automatizada dos dados disponibilizados pela ferramenta *Wayback Machine*<sup>14</sup> do *Internet Archive*. Já a amostra de 2017 foi realizada manualmente, mediante registro da página estática e raspagem automatizada dos títulos e *hiperlinks* pela extensão do navegador *Chrome (Scraper)*.

<sup>15</sup> A coleta de dados foi realizada, inicialmente, pelo *Netvizz* – ferramenta gratuita para fins acadêmicos descontinuada nas alterações do algoritmo da plataforma.

dessa estimativa, foi calculado o tamanho mínimo para uma amostra representativa<sup>16</sup> do ano, chegando a 601 postagens da *Folha* e 585 do *Estadão*.

Neste momento da pesquisa, predominou o uso de técnicas associadas à Análise de Conteúdo (AC). Para Berelson (1952), a AC é uma técnica de pesquisa para descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. Minayo e Deslandes (2009) defendem que a AC é uma técnica híbrida, que permite a indexação de análises qualitativas e quantitativas, promovendo inferências que vão além da imanência. Assim, a AC pode ser definida como procedimento sistemático e objetivo de descrição do conteúdo que, a partir de indicadores qualitativos e quantitativos, permitem inferências relativas às condições de produção. Nesta triangulação, intentamos explorar mais a dimensão imanente e quantitativa da AC, entretanto, esse percurso desenhou, por meio da sistematização e apresentação de regularidades, a análise discursiva.

Embora possam se complementar em muitos estudos, AC e AD têm pontos de aderência e fricção. A AD não considera a linguagem como transparente e não atravessa o texto para buscar o seu sentido do outro lado, mas “[...] produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica” (ORLANDI, 2003, p.18). O texto é interpelado pela sua discursividade.

### **3.3 AS MARCAS DA MEDIATIZAÇÃO NA ENUNCIÇÃO JORNALÍSTICA DE FOLHA E ESTADÃO: ANÁLISE COMPARATIVA DA HOME E TÍTULOS REPRODUZIDOS NO FACEBOOK**

Para investigar o posicionamento discursivo dos jornais digitais *Folha* e *Estadão*, investimos em três entradas no objeto, realizadas de forma simultânea e integrada: a observação de aspectos relacionados à diagramação e à disposição dos conteúdos na primeira página de cada um dos produtos; categorização dos títulos; e análise das postagens nas respectivas páginas institucionais no *Facebook*. As categorias de classificação dos títulos foram formuladas a partir das reflexões de Eliseo Verón e Maurice Mouillaud sobre o papel dos títulos na construção do sentido no jornalismo. A categorização contemplou todos os elementos do sistema discursivo dos títulos - composto de título principal, antetítulo (ou chapéu) e subtítulo. Os títulos foram classificados a partir das seguintes categorias, identificadas durante a pré-análise, quando foi formulada a grade analítica:

---

<sup>16</sup> Método de amostragem aleatória, com um índice de confiabilidade de 95% e 4% de margem de erro.

Informacional (SN + SV) – segue a ordem direta, é composto de um sintagma nominal (SN) e um sintagma verbal (SV). Ex.: Inscrições para o Enem 2017 começam nesta segunda-feira - Folha, 08/05/17.

Informacional/Polifônico - a polifonia consiste no elemento informativo, o fato jornalístico é construído a partir de uma declaração. Ex.: “Não se muda Previdência sem controvérsia”, diz Meirelles – Estadão, 07/05/17.

Opinativo - comum em artigos de opinião e editoriais, focaliza a posição do enunciador diante dos fatos. Ex.: Esquerda passa vergonha em vídeos de canal do YouTube – Folha, 10/05/17.

Conativo - comum em discursos publicitários, interpela o leitor empírico com o uso do imperativo para provocar algum tipo de reação. Ex.: Calcule como fica sua aposentadoria após a reforma do INSS – Estadão, 09/05/17.

Interpretativo – avança em explicações, com causas e consequências. Ex.: Usuários confrontam valores paulistanos – Folha, 11/06/17.

Referencial – ganha o *status* de categoria, por se referir a elementos que ultrapassam o factual. Demanda uma complementação informativa, que pode ser um título informacional ou o próprio artigo que o acompanha. Ex.: Reforma e Justiça do Trabalho – Estadão, 11/05/17.

Nominalizado – tem *status* informacional, embora não siga o formato tradicional com a presença de um verbo de ação. Ex.: PARAÍSO TROPICAL EM PERIGO – Folha, 20/07/17.

Interacional – focaliza o contato com o coenunciador, explora frases interrogativas, geralmente respondidas no conteúdo do artigo. Ex.: Como o globalista trucidou a populista? – Estadão, 07/05/17.

Autorreferencial – enfatiza a atividade jornalística numa espécie de autopromoção. Ex.: Folha Explica em três minutos por que Lula teve que depor a Moro - Folha, 12/05/17.

Anafórico - faz referência ao processo histórico e permite um vínculo entre o tempo passado e o presente da informação. Ex.: A denúncia contra Temer - Estadão, 17/06/17

Sensacional/ *Fait divers* – como o próprio nome sugere, é direcionado a provocar emoção, nesse caso, a partir dos *fait divers*.

Ex.: FOFURA DO DIA

Grupo de lontras se reúne às margens de um pequeno rio em Frankfurt, na Alemanha – Folha, 15/06/17

Os antetítulos e os subtítulos também foram classificados de acordo com o tipo de operação realizada. Em conjunto com os títulos principais, propõem um percurso interpretativo aos coenunciadores, sugerindo determinado efeito de interpelação. Ou seja, a relação entre enunciador e coenunciador, edificada por meio da enunciação, foi analisada a partir de sua visada comunicacional (CHARAUDEAU, 2015), a qual constitui outro componente da grade analítica, cujas categorias são: (1) prescritiva, que visa a provocar ação; (2) informativa, que visa a informar; (3) incitativa, a convencer; e a (4) visada da captação, que recorre às estratégias sensacionais.

### **Incidência das operações discursivas**

Ao longo dos dois anos observados, os dois webjornais apresentaram como regularidade a reorganização da *home* em função de acontecimentos extraordinários, reflexo da característica desse espaço como sensível às ocorrências do dia. No caso do *Estadão*, entre os anos de 2016 e 2017, o produto passou por reforma gráfica, elemento interpretado como marca de novas condições de produção, circulação e reconhecimento que resultam dos fluxos das redes. A página reconfigurada passou a incluir, na seção principal, uma lista intitulada “SAIBA AGORA”, com as notícias consideradas como mais importantes no momento. Essa estratégia busca reafirmar esse papel do jornal de filtrar as informações que merecem a atenção de um público que está imerso nas redes sociais e seu fluxo ininterrupto de informações. A *Folha*, por sua vez, por sua confortável posição de jornal digital mais acessado, manteve o tradicional formato de revista eletrônica da *home*, registrando alterações pontuais ao longo daquele período.

A análise da primeira página dos dois webjornais concorrentes evidenciou ainda uma mudança no nível da enunciação que é significativa, sobretudo, pela centralidade da separação entre opinião e informação para o discurso informativo. Considerando que a enunciação jornalística incorpora matérias verbais e não verbais, como é o caso da diagramação e outros elementos gráficos, como cores e tipografia, os dois suportes tornaram as fronteiras entre conteúdos informativos e de opinião porosas (ver Figuras 01 e 02).

Figura 1 - Manchete principal diagramada em conjunto com chamadas para análises e artigos de opinião – Folha

**lava jato**

---

## Moro questiona Lula por respostas diferentes em pergunta sobre Duque

Primeiro, petista disse não saber sobre relação entre ex-diretor da Petrobras e João Vaccari Neto; depois, falou que ex-tesoureiro do PT providenciou encontro com Duque

■ Ex-presidente é réu em caso do triplex; entenda      ■ Lula confirma encontro com ex-diretor da Petrobras



**LÉO PINHEIRO**  
**Lula diz que encontrou empreiteiro para discutir cozinha em Atibaia**

**CLÓVIS ROSSI**  
**Perguntas que o juiz não fez ao ex-presidente e 'outras cositas más'**

**PAINEL**  
**Apoiadores do petista dizem que juiz externou 'parcialidade'**

**panel do leitor** + COMENTE

FALE COM A FOLHA | ENVIE SUA NOTÍCIA

LAVA JATO  
**Ex-presidente Lula acha que virará mártir se for preso, afirma leitor**

**colunistas** + LISTA COMPLETA



**José Simão**  
Moro X Lula! Valendo um Triplex!



**Vinicius Torres Freire**  
O país da rejeição é a favor de quê?



**Marco Aurélio Canônico**  
Construção de museu encalha junto com o governo do Rio



**Janio de Freitas**  
Gilmar Tanet podem ser a

**DEPOIMENTO**  
**Citar meu nome virou condição para fechar delação, afirma Lula**

■ Assistir à íntegra do interrogatório de Lula

Fonte: Folha, 11 de maio de 2017, às 15h02.

Figura 2 - Manchete principal diagramada em conjunto com chamadas para análises e artigos de opinião –

Estadão

EX-PRESIDENTE RÉU | f t w ...

## 'Triste', diz procurador da Lava Jato sobre Lula responsabilizar Marisa

Carlos Fernando Lima, veterano da força-tarefa do Ministério Público Federal, lembra que ex-primeira dama 'não está aí para se defender'

- \* Em novas imagens, Lula e Moro aparecem frente a frente
- \* Só discuti a cozinha, diz Lula sobre reunião com empreiteiro
- \* Lula se contradiz sobre relação de Vaccari com Duque
- \* ELIANE CANTANHÊDE A culpa foi de Marisa
- \* VERA MAGALHÃES Mulher emerge como 'investidora'
- \* 'Tem que falar com a dona Marisa', diz Lula sobre apartamento
- \* Veja 20 memes sobre o 'embate' entre Lula e Moro
- \* Petista demonstrou ter sido treinado e recorreu a frases prontas
- \* VÍDEOS Veja Lula e Moro frente a frente
- \* Moro pergunta o que Lula quis dizer com 'um dia mando prendê-los pelas mentiras'



Fonte: Estadão, 11 de maio de 2017, às 15h07.

Por um lado, os conteúdos opinativos foram publicados em suas respectivas seções – editoriais, colunas, blogs. Por outro, na primeira página, além dos *links* para essas seções, ambos os webjornais publicaram, regularmente, chamadas para análises e artigos de opinião, diagramados de forma integrada com os conteúdos informativos, sem um marcador explícito que os diferenciasssem. Essa estratégia discursiva foi regularmente utilizada, especialmente diante de acontecimentos midiáticos que impuseram uma reorganização da página por sua importância. Assim, a manchete principal (conteúdo informativo) aparece como o guarda-chuva para chamadas secundárias a outras matérias do mesmo assunto, bem como para análises e artigos de opinião.

Essa porosidade entre os discursos informativo e opinativo esteve presente nas páginas do *Estadão* em 62% dos dias analisados, em pelo menos um turno; índice que chega a 86% na *Folha*. Esse traço identifica uma possível adaptação do discurso jornalístico diante das redes digitais. Numa tentativa de se diferenciarem das informações que circulam continuamente nas redes, os veículos noticiosos buscaram avançar na explicação dos fatos, com análises e opiniões.

Predominaram, na primeira página, as matérias sobre política, aspecto que se justifica tanto pela relevância da editoria no jornalismo de referência, quanto por aspectos conjunturais. Houve convergência entre o percentual de publicação e as reações dos usuários às publicações dessa temática no *Facebook*, mediante índices de engajamento, dado que se explica, principalmente, pela conjuntura de polarização política no país, iniciada durante o processo eleitoral de 2014 e que se aprofundou nos anos seguintes. Além desse agendamento, os aspectos conjunturais também deixaram marcas na enunciação jornalística: percebeu-se uma presença significativa de títulos polifônicos, numa estratégia de espetacularização do debate público.

No *Estadão*, 33,93% das manchetes principais destacavam declarações de terceiros; na *Folha*, o índice dessa operação discursiva foi de 29,03% das manchetes. No primeiro, 145 ocorrências (75,92% dos títulos polifônicos) foram publicadas na editoria Política. Já na *Folha*, 58,72% (64 ocorrências) dos títulos polifônicos vieram da editoria *Poder*. Entre os títulos polifônicos, o modo de citação<sup>17</sup> com maior frequência foi a direta com verbos *dicendi* neutros

---

<sup>17</sup> A presença das múltiplas vozes e o sistema de citações estruturado nas páginas dos webjornais foram também centrais para a análise do posicionamento discursivo e ainda tiveram os seus operadores presentes na grade analítica, articulados a partir de diferentes autores (MOUILLAUD, 2012; MAINGUENEAU, 2002; NASCIMENTO, 2006; CASTILHO & CASTILHO, 1996). Observou-se tanto a estratégias da citação quanto os verbos *dicendi* – aqueles que atuam como introdutores de discurso na frase. Assim, foi identificada a presença de verbos modalizadores (que imprimem determinada marca pelo enunciador na superfície discursiva) e verbos

(a exemplo do verbo dizer), que exercem a função de demarcar o discurso de terceiros, num mecanismo de encenação do debate público sem, no entanto, imprimir um efeito que posicionaria o locutor de origem, como nos títulos que seguem. Essa estratégia discursiva teve uma incidência de 48,39% no *Estadão* e 37,50% na *Folha*, entre os títulos da categoria. Ex.: Sou julgado por um Power Point mentiroso, diz Lula – Estadão, 10/05/17; “Está em julgamento meu governo”, diz ex-presidente – *Folha*, 10/05/17.

O uso de declarações polêmicas e de frases de efeito, numa estratégia apelativa, de captação da atenção dos leitores, esteve presente em 72,25% dos títulos polifônicos do *Estadão*. A mesma estratégia discursiva foi explorada em 59% dos títulos polifônicos do concorrente. Se, por um lado, houve um predomínio da visada informativa, já esperado em jornais de referência (somando 57,02% das ocorrências no *Estadão* e 59,64% na *Folha*), a visada da captação apresentou índices significativos, ocupando a segunda posição entre as estratégias discursivas mais exploradas na primeira página, com 27,55% e 18,78%, respectivamente. Ex.: “Uma sacanagem homérica”, disse Lula à PF sobre tríplex - Estadão, 10/05/2017; “Jogar a culpa na esposa falecida é inaceitável”, diz Alckmin sobre Lula – *Folha*, 11/05/2017

A comparação entre os títulos da *home* e os publicados no Facebook revelou diferenças entre as estratégias adotadas pelos jornais nos dois espaços. Verificou-se maior diversidade de editorias exploradas no *Facebook*, apesar do destaque mantido para as matérias de política também na rede social. Houve um aumento de visibilidade nas editorias periféricas do jornalismo de referência - como a *Emais* e a *F5*, destinadas a variedades e entretenimento. Assim, no *Facebook*, a diversidade de editorias presentes nas publicações foi maior em comparação com a primeira página dos jornais digitais.

Sem uma hierarquização visível de conteúdos no *Facebook*, foi constatada maior valorização de conteúdos que buscam a captação da atenção dos leitores. A análise dos índices de engajamento oferece mais pistas para explicar essa estratégia: as editorias mais exploradas no *Facebook* - de *Política* e *Poder*- foram as que mais emplacaram notícias no *ranking* simulado de engajamento. No *Estadão*, a editoria *Emais* ocupou o segundo lugar entre os conteúdos com mais interação dos usuários nas redes. Na *Folha*, a *F5*, a editoria que também explora conteúdos de variedades, ocupou o terceiro lugar entre os que mais chegaram ao *ranking* de envolvimento no *Facebook*.

---

neutros. Com a análise da citação, foi possível identificar assimilação ou distanciamento do enunciador diante do discurso relatado.

Embora a visada informativa tenha se mantido na primeira posição também no *Facebook*, observou-se um aumento na frequência das estratégias que visam à captação, um possível traço das novas condições de produção e circulação. No *Estadão*, a inserção no *Facebook* implicou num aumento de 11,08% da visada da captação, investida que também apresentou aumento de 9,17% na *Folha*. Apesar de alguns traços de convergência, a análise não revelou uma diminuição significativa nas estratégias de diferenciação entre os dois grupos analisados. No *Estadão*, foi maior a adaptação à ambiência das mídias sociais - o percentual de postagens com estratégias voltadas à aproximação com os leitores foi de 47,18%. Na *Folha*, o percentual foi de 30,62%. Ambos os jornais digitais recorreram a linguagens comuns dessa ambiência, sendo regular o uso de *hashtags* nos conteúdos que acompanhavam os *hiperlinks*. No entanto, a exploração da linguagem icônica, foi pouco frequente, presente em 8,55% das postagens do *Estadão*, e 2% da *Folha*.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINALIZANTES

Neste texto, buscamos apontar um caminho possível para a análise da enunciação jornalística construída nas condições de produção, circulação e recepção de uma sociedade profundamente mediatizada e marcada por modalidades e fluxos de circulação reconfigurados pela ambiência das redes digitais. Longe da intenção de esgotar a profícua discussão epistemometodológica estimulada pelo contexto produtivo, apostamos que as fronteiras, especialmente entre AC e AD, devam ser tratadas como membranas, permeáveis ao intercâmbio de aportes e conceitos. Nesta pesquisa, a análise de conteúdo direcionou a investigação discursiva, mas também a atravessou. O estudo das estratégias discursivas de um *corpus* extenso só foi viável por conta do esteio traçado pela AC. E, no trajeto, as análises qualitativas, em muitos momentos, foram quantificadas, a fim de que tivéssemos uma dimensão dos achados construídos. Assim, reiteramos uma processualidade marcada por convergências, sobreposições e fronteiras diluídas entre pesquisas qualitativas e quantitativas.

No mais, endossamos que decisão metodológica é decorrente do objeto e do problema de pesquisa e, parece-nos, que cenários complexos solicitam articulações e convergências, impelindo-nos ao diálogo.

#### REFERÊNCIAS

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Tradução Guilherme Cezarino. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG, 1999.

BACHELARD, Gaston. **A formação do espírito científico**: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BELL, Emily. OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas: como o vale do silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 20, n. 6, p. 48-83, 2017.

BERELSON, B. **Content Analysis in Communications Research**. New York, NY: Free Press, 1952.

BERGER, P., LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BRUYNE, P; HERMAN, J; SCHOUTHEETE, M. **Dinâmica da pesquisa em Ciências Sociais**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1995.

CANO, I. Nas trincheiras do método: o ensino da metodologia das ciências sociais no Brasil. **Sociologias**, v. 14, n. 31, 94-119, 2012.

CASTILHO, Ataliba T.; CASTILHO, Célia M. M. Advérbios Modalizadores. In: ILARI, Rodolfo (Org.). **Gramática do Português Falado**. Vol. II: Níveis de Análise Linguística. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996. p. 215-260.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

COULDRY, N. Mediatization and the future of the field theory. In.: LUNDBY, Knut (Org.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science). Berlin: De Gruyter, 2014.

COULDRY, N.; HEPP, A. **The Mediated Construction of Reality**. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.

FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8, dezembro, 2018.

HENN, Ronaldo C. HÖEHR, Kellen M. BERWANGER, Gabriela I. Transformações do Acontecimento nas Redes Sociais: das mobilizações contra a homofobia à crise de dupla sertaneja. **Brasilian Journalism Research**. Vol. 8, n1, p. 100-117, 2012.

HEPP, A. et al. **Communicative Figurations**: Transforming Communications in Times of Deep Mediatization. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. London, UK: Palgrave Macmillan (Springer International Publishing AG), 2018.

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança cultural e social. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

HOULE, G. Histoire et récits de vie: la redécouverte obligée du sens comum. In.: DESMARAIS, D; GRELL, P. (Orgs.). **Les récits de vie**: théorie, méthode et trajectoires types. Montreal: Saint-Martin, 1986.

KAPLAN, Abraham. **A conduta da pesquisa**: metodologia para as Ciências do Comportamento. São Paulo, EDUSP, 1975.

LAPERRIÈRE, Anne. Os critérios de cientificidade dos métodos qualitativos. In: POUPART, Jean *et al.* **A pesquisa Qualitativa**: Enfoques epistemológicos e metodológicos. Tradução de Ana Cristina Nasser. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

LUNDBY, Knut (Org.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), Berlin: De Gruyter, 2014.

MIELNICZUK, L. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Edições GJOL; Calandra, 2003. p. 38-54.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual. In: Encontro Nacional da COMPÓS, 10, 2001, Brasília. **Anais...** Brasília: COMPÓS, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza, DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio G. (Orgs.). **O Jornal: da forma ao sentido**. 3. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

NASCIMENTO, E. P. A modalização no gênero notícia jornalística. **Revista do Gelne**, v. 8, n. 1, p. 71-86, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 2003.

PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean *et al.* **A pesquisa Qualitativa**: Enfoques epistemológicos e metodológicos. Tradução de Ana Cristina Nasser. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

RICOEUR, PAUL. **Tempo e narrativa**: A intriga e a narrativa histórica. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

SCHUTZ, A. **Le chercheur et le quotidien**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1987.

SODRÉ, Muniz. A circulação das imagens. In: CASTRO, Paulo César (Org.). **Circulação discursiva e transformação da sociedade**. Campina Grande, Paraíba: Eduepb, 2018.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

STENGERS, L. **L'invention des sciences modernes**. Paris: Flammarion, 1985.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social, 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.

VERÓN, Eliseo. Midiatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas. In: FERREIRA, G., SAMPAIO, A., FAUSTO NETO, A. (Orgs.). **Mídia, discurso e sentido**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 17-26.

VERÓN, Eliseo. L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle methode pour lês études de positionnement des supports presse. In: TOUATI, Emile (Org.). **Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**, Paris, IREP, 1985. p. 203-229.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.