

Mediatização e Enunciação Jornalística: reflexões epistemo-metodológicas sobre a articulação entre abordagens quantitativa e qualitativa (AC e AD)¹

Claudiane Carvalho²

Clarissa Moura³

Gioandro Ferreira Marcos⁴

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

Partindo do pressuposto 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, inicialmente, 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 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.

1. O fenômeno da mediatização e suas implicações na enunciação 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 mediatização⁵ 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)

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA e pós-doutoranda do INCT IN-TREE, e-mail: claudianecarvalho.29@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, e-mail: clarissa.viana@gmail.com

⁴ Professor titular da Facom-UFBA, e-mail: gioandro.ferreira@gmail.com

⁵ 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.

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. A primeira consiste numa abordagem de médio alcance que se preocupa com as transformações provocadas pelos meios nas instituições sociais. Para Stig Hjarvard (2014), expressivo investigador nessa linha, a mediatização é gestada na modernidade tardia e “é caracterizada por um *desenvolvimento bilateral*, no qual a mídia se tornou institucionalizada dentro de outros domínios sociais, ao mesmo tempo em que adquiriu o *status* de instituição social em si mesma” (HJARVARD, 2014, p.26). Assim, a interação social ocorre cada vez 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, nos 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 meios se enraízam culturalmente na vida social. Seguindo nessa vertente também, 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 (2013, 2014) considera que a mediatização, embora não seja universal, está vinculada aos fenômenos mediáticos, ou seja, à capacidade dos dispositivos materiais de gerar autonomia e persistência dos discursos no tempo e no espaço e de provocar a revolução do acesso. Por esse prisma, a mediatização não começou nas últimas décadas do século passado, mas produz, desde então, fenômenos mediáticos de dimensões expressivas e reestruturantes. A constituição de um fenômeno mediático, de acordo com o autor, está ligada ao surgimento de uma nova tecnologia, por meio da 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”⁶. 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 persistência do discurso no tempo e no espaço; a aceleração do tempo histórico; e a revolução do acesso.

A configuração discursiva num dispositivo 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, baseado 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.

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.

⁶ 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.

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 pela mediatização profunda e pelas novas modalidades de circulação⁷, 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.) A fim de desenvolver essa reflexão, dividimos o texto em três partes. Esta primeira atende à proposta de contextualizar a questão, apresentando noções e conceitos chave ao debate.

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 exitosos⁸. 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, como exemplo de articulação entre a abordagem quantitativa da Análise de Conteúdo (AC) e a qualitativa da Análise de Discurso (AD) sociodiscursiva, a pesquisa desenvolvida por Moura (2018) em sua tese de doutorado. Diante da complexidade do objeto e do problema de investigação, Moura encontrou, no próprio ato de pesquisar, marcado pela intertextualidade e pelo novo, um aporte teórico-metodológico calcada na articulação supracitada⁹.

⁷ Dados os limites impostos pela produção de um artigo, não intentamos, aqui, fazer uma discussão mais aprofundada sobre a noção de circulação. Entretanto, sugerimos as produções desenvolvidas pelo pesquisador Antônio Fausto Neto, na Unisinos, e pelo Centro de Estudos e Pesquisas em Análise do Discurso e mídia – CEPAD, na UFBA. .

⁸ Vale mencionar que a produção deste artigo foi inspirada em um debate realizado no GP de Teorias da Comunicação da Intercom, em 2019, no qual foi ponderado que o percurso já desenhado pelas ciências sociais na construção de uma epistemologia contemporânea consiste em baliza e guia para enfrentar os desafios impostos pelos estudos da mediatização. (CARVALHO, 2020)

⁹ Este trabalho consiste na tese de doutorado de Clarissa Moura defendida, em 2018, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas contemporâneas da UFBA, sob a orientação de Giovandro Ferreira e tendo Claudiane Carvalho como uma das avaliadoras. Este artigo faz uma apresentação do trabalho por um prisma muito específico e não abarca a complexidade das questões motivadoras da investigação desenvolvida.

2. Articulação entre abordagens quantitativas e qualitativas: aspectos epistemo-metodológicos

A articulação 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-lo¹⁰.

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)

Em linhas gerais, a dimensão metodológica, guiada pela inquietação de como apreender a verdade sobre o mundo social, ancorou-se na natureza os 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

¹⁰ 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 este marca pelo processo dinâmico de interação entre sujeito e objeto, ao ponto de que o êxito da pesquisa dependa 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.

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 emersão 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 modalidade de tratamento de dados etc, não há elementos suficientes para se falar em uma “metodologia à parte”. Pela mesma razão, o autor evita associar metodologia a um enquadramento teórico particular (marxista, interacionista, funcionalista, feminista etc). Em seu entendimento, metodologia designa uma reflexão trans-téorica e trans-disciplinar da prática de pesquisa.

Pires (2009) argumenta ainda que as pesquisas qualitativas e quantitativas também não podem ser caracterizadas, de forma restrita, pelo emprego de uma técnica particular de coleta de dados. Além disso, não devem ser apresentadas pela finalidade da pesquisa, uma vez que tanto as abordagens qualitativas quanto as quantitativas permitem descrever, compreender, explicar ou avaliar.

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. (BERGMAN; LUCKMAN, 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 cotidiano. 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.

Associar as abordagens quantitativas e qualitativas é vincular 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”¹¹ (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 uma negociação 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 arbitrarias. (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. Essa observação está ancorada na perspectiva de que o conhecimento social é pautado na racionalidade, um conhecimento

¹¹ A metáfora dos “números” e das “letras” para referir-se, respectivamente, às pesquisas quantitativas e qualitativas é usada por Houle (1986)

objetivo, lógico, que pode ser comunicado a outros. Desse modo, a objetividade é perseguida nos estudos estatísticos.

As pesquisas qualitativas começaram como uma forma mais especializada, atuando como uma espécie de subordinada 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 perspectiva 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. (BERGMAN; 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 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.

3. Uma proposta de articulação entre AC e AD de linha sociodiscursiva para análise da enunciação 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 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.

Por alterações verificadas na paisagem jornalística e, conseqüentemente, mudanças nas próprias questões de pesquisa¹², o *corpus* passou por ajustes até a escolha dos jornais digitais¹³ *Folha e Estadão* (MOURA, 2018). Concorrentes, com sede em São

¹² A questão da participação, central no início da pesquisa, perdeu força ao longo do percurso. E, no decorrer da investigação, os jornais migraram de espaços internos de interação com os leitores para a inserção nas mídias sociais.

¹³ Nesse estudo, optou-se por analisar a web por uma questão de unidade metodológica. Assim, utilizamos ambos os termos – jornal digital e webjornal ao longo do texto, reconhecendo que o primeiro dá conta de especificidades do suporte, enquanto o segundo avança nos aspectos da interface (MIELNICZUK, 2003a).

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 2020¹⁴. As duas publicações também se destacavam, no período pesquisado, pela inserção nos sites de redes social, estando entre os dez primeiros sites noticiosos que mais promoveram engajamento nas redes, naquele ano de 2017, segundo dados do TORABIT¹⁵.

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, Moura (2018) propôs, além da *home page*, analisar também a página institucional de cada publicação no Facebook¹⁶. Naquele ano, o Facebook estava entre os sites mais acessados pelos brasileiros segundo dados do *Alexa*¹⁷. 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 este 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 enunciativa¹⁸ 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 o uso de estratégias que ultrapassam a visada informativa – como o uso de linguagem conativa e expressiva que interpela o leitor empírico- seriam mais explorados 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

¹⁴Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/05/circulacao-digital-dos-jornais-cresce-no-trimestre.html> Acesso em 11 de outubro de 2020

¹⁵ Disponível em: < <http://www.torabit.com.br/infograficos-2/>>

¹⁶ Importante destacar que a pesquisa foi desenvolvida antes das alterações no algoritmo do Facebook, que passou a privilegiar a visibilidade de conteúdos de perfis pessoais em detrimento de páginas públicas – mudança que motivou a desativação da página da Folha, em fevereiro de 2018.

¹⁷ Serviço oferecido pela Amazon, que registra o tráfego de dados e sistematiza um ranking de sites mais acessados. Disponível em: <<https://www.alexa.com/>>.

¹⁸ Apesar da AC e AD já terem se constituído como aporte teórico-metodológico desde o momento inicial da investigação, optamos, neste texto, por apresentá-los ao longo dos próximos tópicos, a fim de não comprometer o acompanhamento da narrativa sobre o processo de investigação.

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 paratexto¹⁹ – chamada, manchete principal, galeria de imagens - e editoria), bem como 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 enunciação²⁰). Com essa estratégia de análise, seria possível verificar a frequência das operações discursivas e possíveis regularidades no período analisado.

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 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 dos dados. Eis uma das situações de pesquisa impostas pela paisagem midiática contemporânea.

Na análise da *home page*, o objetivo era perceber regularidades, a partir de uma

¹⁹ 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).

²⁰ A enunciação carrega uma visada comunicacional, que edifica uma relação entre enunciador e coenunciador. MOURA (2018) recorreu às formulações de Charaudeau (2015) para identificar os tipos visadas comunicacionais implícitas na enunciação jornalística: (1) prescritiva, que visa a provocar ação; (2) informativa, que visa a informar; (3) incitativa, a convencer, e a (4) visada da captação, que utiliza estratégias sensacionais.

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, Moura (2018) optou 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 página.

Foram realizadas 126 capturas, distribuídas em 42 dias dos anos de 2016 e 2017. Os títulos publicados no ano de 2016 foram recuperados a partir da raspagem automatizada dos dados disponibilizados pela ferramenta *Wayback Machine*²¹ do *Internet Archive*. Já a amostra de 2017 foi realizada manualmente, através do registro da página estática, bem como raspagem automatizada dos títulos e *hiperlinks* através de extensão do navegador *Chrome (Scraper)*. 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 acessadas²².

Foram considerados os títulos dispostos na zona nobre da *home* – ou seja, aqueles publicados na parte superior da página, e que aparecem imediatamente na zona de visualização, sem depender da ação de rolagem pelo usuário. Como página dinâmica, com um fluxo contínuo de conteúdos, a *home* está submetida à ação dos leitores e a visibilidade dos conteúdos depende dessa interação – tanto na rolagem quanto no clique nos títulos das matérias. Quanto maior a necessidade de rolagem para visualização, menor a valorização da notícia no processo de hierarquização, pois indica uma menor potenciação de acesso.

Um recorte temporal equivalente foi utilizado no *Facebook* e a coleta de dados operacionalizada, inicialmente, através do *Netvizz* – ferramenta gratuita para fins acadêmicos que, no entanto, foi descontinuada por conta das alterações no algoritmo da plataforma. 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

²¹ Com o pacote *Waybackpack*, em Python, foi possível ter acesso aos *hiperlinks* das capturas registradas pelo arquivo.

²² Foram colhidos os dados sobre o engajamento (os três tipos de interações - reações, compartilhamentos e comentários), no Facebook, dessas notícias mais acessadas, a partir da captura dos três turnos. Para fins comparativos, foi construído ranking similar a partir da identificação das três matérias que obtiveram os índices mais altos por turno na rede social. A identificação foi feita de forma automatizada, com o uso de algoritmos de classificação no Excel.

postagens no primeiro e 1358 no segundo. A partir dessa estimativa, foi calculado o tamanho mínimo para uma amostra representativa²³ 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 relativos às condições de produção. Nesta triangulação, foi explorada mais a dimensão imanente e quantitativa da AC.

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 enunciação jornalística de *Folha* e *Estadão*: análise comparativa da *home* e títulos reproduzidos no *Facebook*

A análise dos posicionamentos discursivos dos jornais digitais Folha e Estadão passou pela observação inicial de aspectos relacionados à diagramação e à disposição dos conteúdos para, no momento seguinte, avançar na categorização dos títulos, bem da análise das postagens nas respectivas páginas institucionais no *Facebook*²⁴.

Identificou-se que a emergência de acontecimentos extraordinários implicava a reorganização da *home*, espaço sensível às ocorrências do dia. Além disso, entre os anos de 2016 e 2017, o *Estadão* passou por reforma gráfica, elemento que foi interpretado como rastro das novas condições de produção e, especialmente, de circulação que emergem com esses novos fluxos das redes. A página passou a adotar uma lista na seção

²³ Método de amostragem aleatória, com um índice de confiabilidade de 95% e 4% de margem de erro.

²⁴ Nesta parte do percurso, Moura (2018) articulou os estudos de enunciação desenvolvidos especialmente por Eliseo Verón e Maurice Mouillaud.

principal, intitulada “SAIBA AGORA”, que reúne as notícias consideradas como mais importantes no momento, uma estratégia do jornal de reforçar o seu papel de filtrar as informações que merecem a atenção do público. Já a *Folha*, manteve o tradicional formato de revista eletrônica da *home*, registrando alterações pontuais ao longo do período analisado.

A análise dos dois webjornais concorrentes evidenciou uma regularidade que indica uma mudança no nível da enunciação. O conceito de enunciação jornalística considera matérias verbais e não-verbais, como é o caso da diagramação e outros elementos gráficos, como cores, tipografia. Como é característico do discurso informativo, se manteve uma separação entre conteúdos informativos e de opinião, classificados em suas respectivas seções – editoriais, colunas, *blogs*. No entanto, ao considerar o nível da enunciação, essas fronteiras se tornaram porosas. Além das usuais seções dedicadas aos conteúdos opinativos, na primeira página, ambos os jornais digitais publicaram, regularmente, chamadas com *links* destinados a esse tipo de conteúdo, diagramadas de forma integrada com a produção noticiosa e sem nenhum marcador explícito que os diferenciasssem. Essa porosidade entre operadores informativos e opinativos 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. Um traço distintivo nesse fluxo informativo ininterrupto, ao qual os leitores estão submetidos nas condições de circulação do ambiente *online*.

Predominaram, na primeira página, as matérias sobre política, aspecto que se explica 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*, através de índices de engajamento, dado que se explica, sobretudo, 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*. 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.

A comparação entre os títulos da *home* e os publicados no Facebook revelou diferenças entre as estratégias adotadas pelos jornais nos dois espaços. Essas diferenças iniciam no nível do próprio conteúdo explorado: 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 destinada às editorias periféricas no 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. A diferença entre a editoria com maior frequência e a segunda colocada passou de 41,37% para 11,89% no *Estadão*, e de 29,28% para 7,65%.

Assim, sem uma hierarquização visível de conteúdos, no Facebook, foi verificada maior valorização de conteúdos que visam à 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.

Embora a visada informativa tenha se mantido na primeira posição também no Facebook, verificou-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 *hyperlinks*. 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 epistemo-metodológica 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. 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**. Vol 20. N 6. Dez. 2017.
- Berelson, B. (1952). *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 (28a ed.). Petropolis: 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*, Porto Alegre, ano 14, no 31, set./dez. 2012, pp. 94-119.
- CARVALHO, Claudiane. Epistemologia contemporânea em ciências sociais: das questões gerais aos estudos da mediatização na comunicação. **Galaxia** (São Paulo, online), n. 44, mai-ago, 2020, p. 115-128. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020245281>
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**; tradução Angela S. M. Corrêa. 2 ed. – São Paulo: Contexto, 2015.

- COULDRY, N. Mediatization and the future of the field theory. In.: LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 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.
- HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança cultural e social. **MATRIZES**. 2014, Vol. 8.1, pp. 21-44.
- HOULE, G. Histoire et récits de vie: la redécouverte obligée du sens comum. In.: DESMARAIS, D; GRELL, P. (org). **Les récits de vie: théorie, méthode et trajectories 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. 4a ed. Petrópolis, Vozes, 2014 (Coleção Sociologia).
- LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 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 de Doutorado (Comunicação) – UFBA/PPGCC, Salvador, 2003.
- MIELNICZUK, Luciana; PALACIOS, Marcos. Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web: o link como elemento paratextual. **Encontro Nacional da COMPÓS**, v. 10, 2001.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org), DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- Moura, Clarissa V. M. **Mediatização e as novas condições de produção e circulação do discurso jornalístico: um estudo dos jornais digitais folha e estadão**. Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2018.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 2003.
- PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. Trad. de Maria Helena Nery Garcez. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Trad. José Teixeira Coelho Neto. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2008. (Estudos; 46/ dirigida por J. Guinsburg)
- 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. 4a ed. Petrópolis, Vozes, 2014 (Coleção Sociologia).
- RICOEUR, PAUL. **Tempo e narrativa**. A intriga e a narrativa histórica. Tomo I. Tradução Claudia Berliner. 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, RJ: 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 mídiação: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014, São Paulo – Brasil, p. 13-19.
- VERÓN, Eliseo. L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle methode pour les études de positionnement des supports presse, **Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**, Paris, IREP, 1985, p. 203-229.
- VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.