

Menção e referência discursiva: uma análise de @zerohora¹

Luan ROMERO²

Viviane BORELLI³

Universidade de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A investigação é sobre os usos que o jornal Zero Hora faz do Twitter, aqui concebido como um dispositivo (MOUILLAUD, 2012) que se acopla (LUHMANN, 2005) a outros dispositivos midiáticos, como a versão digital do periódico, e que faz circular os conteúdos jornalísticos de Zero Hora. Desenvolvemos a pesquisa a partir do contexto de uma sociedade em vias de midiatização (FAUSTO NETO, 2008). Entrevistamos editores e jornalistas que trabalham nas áreas de produção para a ambiência digital, como também analisamos tweets de @zerohora. Percebermos algumas operações enunciativas (PINTO, 1994) que remetem a certa adaptação discursiva do jornal às lógicas do Twitter, como também uma instabilidade das práticas discursivas, o que remete a um possível processo de experimentação editorial ainda em curso.

PALAVRAS-CHAVE: dispositivo; discurso; circulação; interação; Twitter de Zero Hora.

Introdução

A emergência das redes sociais digitais ainda é um fato recente, contudo os fatores de ordem sócio-técnica afetam as relações sociais entre produtores e consumidores de produtos midiáticos, como lembra FAUSTO NETO (2008). O objetivo pontual do artigo é identificar marcas discursivas que apontem para os modos através dos quais Zero Hora faz menções por meio do uso do “@” em seus *tweets*.

A escolha por analisar Zero Hora, como estudo de caso (YIN, 2001), se dá por entendermos que é um jornal tradicional no Rio Grande do Sul, de maior tiragem produzido no estado, mesmo tendo registrado uma queda em torno de 15%, entre dezembro de 2015 e 2016⁴. Em um primeiro momento, fizemos um levantamento de quais redes sociais são usadas pelo jornal Zero Hora: Twitter, Facebook, Instagram e Google+. Dentre essas, escolhemos descrever os usos do Twitter pelo jornal, numa

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Estudante de Graduação em Com. Soc. Hab: Jornalismo, UFSM, email: luan_155@hotmail.com - bolsista PIBIC/CnPq..

³ Orientador do trabalho. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, Santa Maria, RS email: borelliviviane@gmail.com

⁴ Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC) – circulação média diária no período de dez a dez de cada ano correspondente.

análise inicial notamos que o uso do link da matéria ao final dos *tweets* é uma forma de buscar a interação com o leitor, fazendo com que ele migre da rede social digital para o site do jornal.

Neste artigo, a intenção é ampliar o estudo do Twitter de Zero Hora para, posteriormente, a partir de nova coleta, aprofundar aspectos que emergem dos dados empíricos e tensionar com as reflexões teóricas. Dessa forma, o objetivo desse artigo é identificar e analisar como ZH faz uso da menção de outros usuários do Twitter através do “@”.

Para isso, fez-se observação (GIL, 2008) nas práticas de Zero Hora no Twitter para posterior coleta de dados e também compreendemos que trata-se de um estudo de caso, na concepção de Yin (2001), pois intenciona-se olhar a amplitude do objeto e do contexto em que se insere. Os dados coletados foram analisados a partir de alguns pressupostos da semiologia dos discursos (PINTO, 1994, 2002) que dá bases para identificarmos as marcas discursivas que pelo processo de enunciação tomam forma, materializando-se nos textos (VERÓN, 2004). A análise sobre o funcionamento do Twitter @zerohora nos dá pistas para compreendermos como o jornal usa outros dispositivos de forma acoplada (LUHMANN, 2005). Não concebemos o Twitter apenas como uma ferramenta importante para informar (ZAGO e POLINO, 2015), mas como um dispositivo que possui uma construção discursiva singular e uma forma que se possibilita com que haja a circulação discursiva das notícias.

Para melhor entendermos nosso objeto de estudo contextualizamos teoricamente nossas reflexões. Como Mouillaud (2012) argumenta, o discurso jornalístico não está disperso no espaço e no tempo, pois eles estão envoltos em um dispositivo, numa moldura que possui um conteúdo e forma. Para aprofundar o conceito de dispositivo, recorremos a Foucault (2003), precursor da definição do termo, bem como Ferreira (2006), que, pela perspectiva multidimensional, compreende os dispositivos a partir de aspectos que abrangem a tecnologia, a linguagem e a sociedade. Também ambientamos nossa discussão em torno da transformação da sociedade dos meios para uma em vias de mediatização (FAUSTO NETO, 2008; VERÓN, 2012).

Entendemos que a cultura da convergência (JENKINS, 2009) afeta também a produção jornalística, não em termos da extinção de um meio em detrimento da emergência de outros, mas sim na sua transformação, adaptação e convivência, que se dá de forma tanto de forma integrada como paralela. Nesse contexto, compreendemos

que o contrato de leitura (VERÓN, 2004) do jornal é ampliado e transformado a partir da produção de discursos que são veiculados especificamente no dispositivo Twitter, mas tais discursos mantêm relações com os outros dispositivos midiáticos de Zero Hora.

O artigo integra a problemática desenvolvida pelo projeto de pesquisa “Produção e circulação da notícia: as interações entre jornais e leitores” que investiga como as mídias criam estratégias discursivas para que suas notícias circulem em distintos dispositivos midiáticos. O projeto lança um olhar sobre o modo através do qual leitores interagem com seus jornais e outros sujeitos nesses ambientes.

Inicialmente, discutimos os conceitos de dispositivo, problematizamos o contexto da cultura da convergência e da emergência da instância da circulação, compreendida para além de um lugar de passagem e de transporte.

2. Dispositivo, convergência e circulação

Estamos vivendo um período de transição da sociedade dos meios para a sociedade em vias de midiaticização, segundo a concepção de Fausto Neto (2008). A midiaticização afeta as práticas sociais, como a religião (BORELLI, REGIANI, 2016), a política e o jornalismo, já que os agentes envolvidos buscam se legitimar no tecido social (VERÓN, 2004, 2012) desenvolvendo diferentes estratégias discursivas para se posicionar. Dessa forma, concebemos que as práticas jornalísticas se ajustam a essa ambiência da midiaticização em que os produtores e consumidores são postos “em uma mesma realidade, aquela de fluxos e que permitiria conhecer e reconhecer ao mesmo tempo” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93).

Nessa perspectiva, o conceito de circulação passa a ser importante para compreendermos tais fluxos e produções por parte dos sujeitos sociais. Assim, como reflete Braga (2012), quando se concebe os receptores como atores ativos no processo midiático, “a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2012, p.38). A circulação - que em estudos de comunicação já foi concebida como um mero lugar técnico - , passou a ser mais do que uma zona invisível (FAUSTO NETO, 2010), visto que os atores sociais ao agirem em rede deixam suas marcas discursivas nessa ambiência.

Além desses apontamentos referentes à circulação discursiva, há também questões de ordem técnica, como a disseminação de conteúdos, que precisam ser ressaltadas. A circulação das notícias através dos meios digitais assume outra dimensão,

como Bradshaw (2012) reflete “Não é que a publicação [da notícia] é instantânea – como também é o caso dos live broadcasts – é que a distribuição é instantânea, e com uma natureza viral”⁵ (BRADSHAW, 2012, p.17). Assim, concebemos que as possibilidades técnicas implicam em problemáticas não só do ponto de vista tecnicista, ora muito reducionista, pois também há repercussões na forma com que as interações sociais se (re)estabelecem.

Compreendemos, assim como Rodrigues (2013), que as interações verbais se realizam em conjunto, permeadas pelos processos de interssincronização, que são “formas rituais destinadas a produzir, a manter, a reforçar e a restabelecer laços sociais de solidariedade” (RODRIGUES, 2013, p.17). Dessa maneira, essa ritualística faz com que as comunidades se constituam compartilhando uma visão de mundo vivido comum. Para avançar nessa compreensão de como acontecem a nível discursivo tais interações, recorreremos a noção de dispositivo.

O conceito de dispositivo, geralmente, aparece nos estudos sobre a mídia a partir de uma perspectiva material, em outras palavras, é problematizado de maneira técnica. A gênese do conceito se dá nos escritos de Michel Foucault, que apresenta características do que considera dispositivo. Para o Foucault (2003), “o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos.” (FOUCAULT, 2003, p.244), além disso, os elementos heterogêneos que compõem os dispositivos se relacionam entre si como em um jogo, como também o dispositivo tem uma função estratégica dominante.

Dessa forma, para Klein (2007), que também problematiza o conceito a partir de Michel Foucault, quando se fala que os dispositivos são um “mecanismo de poder com múltiplas dimensões em jogo” (KLEIN, 2007, p. 216), ele nos leva a considerar que a complexidade do dispositivo deve ser exposta para além de um ponto de vista meramente tecnicista e material. Nesse sentido, Klein (2007) propõe uma análise em que a perspectiva multidimensional é tomada para pensar os fenômenos comunicacionais. Para esquematizar tais dimensões o autor segue a proposição semelhante a de Ferreira (2006), em uma abordagem triádica do conceito, remontando as tríades piercianas para pensar que nos estudos sobre dispositivo a tecnologia, a linguagem e a sociedade devem ser levadas em consideração.

⁵ Tradução nossa de “It is not that publishing is instant - that is also the case with live broadcasts - it is that distribution is instant, and of a viral nature” (BRADSHAW, 2012, p.17)

Já para Mouillaud (2012), que também se apropria do conceito de dispositivo para refletir sobre o jornalismo, o dispositivo não pode ser compreendido apenas como um suporte, mas “uma “matriz” que impõe suas formas aos textos” (MOUILLAUD, 2012, p.53). Assim, o discurso jornalístico está envolvido pelo dispositivo, que é compreendido pelo autor para além de sua materialidade, já que possui elementos de ordem material e imaterial, em que os textos se inscrevem– aspecto que remete à simbólica que toma forma por meio de uma materialidade (o jornal).

Para Mouillaud (2012), os dispositivos pertencem a lugares institucionais. Dessa maneira, os discursos jornalísticos se inserem também a uma instituição, que o produz em determinado espaço e tempo, que o tornam singular. Em nossa perspectiva teórica, concebemos “o conceito de dispositivo como uma matriz geradora de sentidos e que dispõe algo, por meio de uma oferta discursiva e uma técnica específica, para ser interpretado” (BORELLI, 2015). Dessa forma, a abordagem aqui dada é de ordem sócio técnica-discursiva, em que compreendemos que os fatores de ordem discursivas estão envoltos na questão simbólica que toma forma por meio de uma determinada técnica.

Dessa maneira, o jornal Zero Hora é concebido como a instituição que produz suas notícias em diferentes dispositivos, como por exemplo, para versão digital e impressa, em que dependendo de onde se volta nossa análise devemos levar em consideração as características e também as limitações técnicas. A partir de restrições de ordem técnica e material, os usos do Twitter pelo jornal possibilitam acoplamentos (LUHMANN, 2005) de dispositivos que de forma agrupada podem atingir mais públicos na sociedade em vias de midiatização (FAUSTO NETO, 2008). Embora o Twitter tenha seu modo peculiar de funcionamento, ele é acoplado a outros dispositivos do jornal para que possa manter o contato com seus leitores por mais tempo e em outras ambiências.

O Twitter foi lançado em 2006 como uma forma das pessoas dizerem o que estavam fazendo. Entretanto, teve mudanças na sua interface e, em 2009, passou a perguntar aos usuários “o que está acontecendo?”. Para Zago e Polino (2015), essa evolução faz com que a ferramenta passe a ser mais informacional que pessoal. A entrada do jornal Zero Hora no Twitter, se deu em 2008, com a criação do perfil @zerohora. Hoje conta com outros perfis ligados ao jornal, como @zh_esportes (em 2009), @aovivozh (2010) e @transitozh (2010). Nossa análise será a partir do funcionamento do primeiro perfil citado, por ser o que possui mais seguidores.

Dessa forma, concebe-se que discursivamente tal acoplamento se dá tanto na troca de elementos entre as mídias, como por exemplo, os subtítulos das matérias postadas no portal são tweetadas, passando a ter no máximo 140 caracteres. A seguir buscaremos analisar os usos do Twitter por Zero Hora com base em observação e também por meio da realização de entrevistas semi-estruturadas (GIL, 2008) com os coordenadores de produção do jornal nos anos 2015 e 2016.

No caso de Zero Hora, a partir de entrevista semi-estruturada (GIL, 2008) realizada com a jornalista e coordenadora de produção Juliana Jaeger, notou-se que há uma política editorial que visa dar conta dos distintos dispositivos. Para ela, “nas redes sociais a gente pensa que é uma outra plataforma. Está sob a marca Zero Hora, mas não está ali no nosso ambiente de regulação”⁶. Com isso, ZH concebe que aposta cada vez mais no uso das redes sociais para fazer as notícias circularem e também para atrair o leitor para o portal.

É possível também perceber que o Twitter é usado diariamente pelos jornalistas, como apontava, na época das entrevistas, o coordenador de Produção, Rodrigo Lopes: “o momento que eu estava fazendo essa análise, eu estava no Twitter, em alguns momentos estava no meu Twitter pessoal. Quando eu fiz semana, passada, quando teve terremoto no Chile, o meu twitter foi para a capa do site, eu fazia *live streaming*, e aí ele entrava no site do jornal.”⁷ Contudo, a interação com os leitores não acontece sempre, como pondera Juliana: “No Twitter, basicamente quando temos uma cobertura mais relevante, que estamos muito ativos, que as pessoas nos mencionam e nos dão retorno, mas no dia-a-dia é bem fraco.”

Dessa maneira, os entrevistados deixam indícios sobre como percebem a relevância de usar o Twitter para fazer circular suas notícias: interagir com os leitores em coberturas de maior relevância, mas também continuam a se posicionar durante o resto do tempo para demarcar um espaço na rede social.

3. Percurso Metodológico e análise

De forma aleatória e intencional, escolhemos alguns dias para fazer uma observação sistemática (GIL, 2008) nas postagens de @zerohora. Dessa forma, elegemos o período de 8 a 11 de fevereiro de 2017, foram coletados 380 tweets para

⁶ Da coordenadora de produção de Zero Hora, Juliana Jaeger, em entrevista concedida em 19 de novembro de 2015, na sede do jornal, Porto Alegre, RS.

⁷ Do coordenador de Produção de Zero Hora, Rodrigo Lopes, em entrevista concedida em 24 de setembro de 2015, na sede do jornal, Porto Alegre, RS.

podermos analisá-los. Para dar conta da análise, recorreremos à semiologia dos discursos sociais (PINTO, 1994, 2002) para, a partir da materialidade dos textos, no caso os tweets, procurarmos descrever algumas estratégias discursivas que o jornal efetua para se colocar nessa ambiência.

A partir da coleta dos 380 tweets, eles foram separados, assim como enunciados que possuíssem hashtags e menções a outros perfis. Nossa escolha para tal separação, se deu por entender que essas operações enunciativas são indicadoras da interação que a rede social digital propõe em sua linguagem específica. A partir dessa seleção, buscamos analisar somente os tweets em que há menção a outros perfis, para fins de delimitação e para que fosse possível dar conta da análise.

De acordo com os tweets, percebemos que o jornal passou a fazer menção tanto de famosos, políticos, colunistas e como até mesmo de outras instituições, como o banco Banrisul. O que mostra indícios da busca por se encaixar dentro da rede social digital, buscando essas formas de interação, como pontua Rodrigues (2013):

“Um dos efeitos mais notáveis dos processos de interssincronização das intervenções é, por um lado, o de pertença dos participantes a um mesmo mundo intersubjetivo, o reconhecimento da sua qualidade de membro ou de pertença a esse mundo comum” (RODRIGUES, 2013, p.21)

Concebemos que a menção é uma estratégia que o jornal encontrou para se adequar aos processos de interssincronização das intervenções nas redes sociais digitais. O uso da @ remonta os primórdios da internet. Sua primeira aparição nesse universo, se dá com a invenção dos e-mails, por Ray Tomlisen⁸. O @ era segundo Tomlisen, um símbolo que existia no teclado do computador pouco utilizado, assim ele o escolheu para ser uma forma de representar o login do email. Com a emergência das redes sociais digitais, outras formas para identificar os usuários foram sendo estabelecidas, como no antigo ICQ as pessoas trocavam números como se faz com os números telefônicos. Contudo, com a adoção do @ pelo Twitter e posteriormente, por todos os aplicativos sob domínio de Mark Zuckerberg, o símbolo é cada vez mais associado a representação da identidade de alguém ou algo na ambiência da rede social digital. Dessa forma, é importante considerar que o uso das menções nas redes sociais digitais é algo recorrente.

⁸ Informações obtidas em: <http://www.theverge.com/2012/5/2/2991486/ray-tomlinson-email-inventor-interview-i-see-email-being-used> acessado em 15/04/2017

Do ponto de vista discursivo, a menção pode ser considerada uma operação de identificação, como conceitua Pinto (1994), em que o emissor utiliza um nome próprio para indicar uma referência fixa dentro de um universo discursivo. Dentre os tweets analisados categorizamos três formas com que as menções foram utilizadas:

(a) Após a fala do usuário:



Imagem 1: Menções a pessoas

Nesses casos, a menção se refere ao perfil de uma pessoa física, assim, a construção dá voz a quem fala, contudo o uso do substantivo sofre a transformação, em que não se usa o nome próprio da pessoa, mas sim seu nome de usuário na rede social. Como em o prefeito da cidade de Porto Alegre, Nelson Marchesan Júnior é citado no tweet pelo seu nome de usuário no Twitter: "Fico feliz que não tenhamos entrado nessa aventura", diz @marchezan_ sobre o metrô". A forma encontrada para a construção de tal enunciado discursivamente se apoia no uso das aspas.

(b) Colunistas:



Imagem 2: Menção aos colunistas

Com relação à menção dos colunistas, há também a transformação do nome próprio para o uso do nome de usuário. Contudo, a construção do enunciado se dá de forma

diferente, já que os nomes são destacados no início, separado por dois pontos, indicando que o que vem após faz parte da opinião defendida pelo colunista, como em: “@gilooblein: presidente do BNDES propõe dividir, no governo federal, recursos do Plano Safra #ColunistasZH”. É uma forma enunciativa encontrada para fazer essa delimitação entre o que é opinião do jornal e o que não é.

(c) Instituições:



Imagem 3: Menção a Instituições

Nessas menções as instituições são referidas como o sujeito das ações. O modo de referência muda a medida que o jornal enuncia o nome dessas instituições de forma distinta ao seu original: Esporte Clube Internacional é transformado em @SCInternacional; o banco Banrisul vira @banrisul e o site Wikipedia transmuta-se em @wikipedia. A partir da problematização de Pinto (1994) acerca do universo de referência, observamos que o uso do Twitter tensiona o preconstruto referencial fazendo menção a algo que é anterior à enunciação. Essa prática discursiva pressupõe que culturalmente as instituições não são seres que interajam nas redes sociais, muito embora nesse contexto de sociedade em vias de midiatização (FAUSTO NETO, 2008; VERÓN, 2012), muitas empresas venham adotando personas através de suas redes sociais.

(d) Exceções

Contudo ainda parece ser uma estratégia tentativa fazer o uso do nome dos usuários nos tweets, já que em outros casos não há a menção. Analisaremos com mais atenção esses casos de exceção.



Imagem 4: exceção sobre a menção a Donald Trump

Nesse exemplo, temos que ora o perfil do presidente dos Estados Unidos Donald Trump é mencionado ora não. Como vimos anteriormente, a menção a pessoas físicas, se dá pela transformação do nome pelo uso do nome do usuário. Uma possibilidade para nesse caso o jornal não ter feito uso, seria para ocupar menos caracteres (devido à limitada capacidade dos 140 caracteres), contudo isso não ocorre de fato. Em relação ao que é dito nas postagens, notamos que na primeira o foco temático está no que é dito por Trump, ou seja, há um sujeito enunciador que profere o dito em distintos dispositivos. Já no segundo *tweet*, o foco temático está em ações compiladas pelo jornalismo: “10 fatos dos primeiros 20 dias do mundo com” Trump. A partir da análise das marcas discursivas das postagens, a menção ao presidente por meio de seu Twitter teria mais coerência textual (PINTO, 1994) no primeiro caso.



Imagem 5: exceção a menção do colunista Paulo Germano

Já a menção ao colunista Paulo Germano também não segue a lógica da transformação do seu nome pelo uso do “@”. Em “Paulo Germano: @marchezan_ quer elevar muita a pichadores para até R\$ 12 mil #ColunistasZH”, o colunista não teve o seu nome de usuário no Twitter no início do enunciado, o que é uma prática textual incoerente, considerando o universo discursivo (PINTO, 1994) proposto pelo jornal na ambiência dessa rede social.

4. Considerações finais

Ambientamos nossa investigação no contexto de uma sociedade em vias de midiaticização (FAUSTO NETO, 2008; VERÓN, 2012). Dessa maneira, buscamos identificar e analisar como ZH faz uso da menção de outros usuários do Twitter, aqui concebido como um dispositivo que se acopla e faz circular os conteúdos jornalísticos produzidos pelas equipes de editores e repórteres, através do “@”. Nessa ambiência, há uma busca pelo jornal em entrar, como nos aponta Rodrigues (2013), nos processos de interssincronização da comunicação nas redes sociais digitais.

Nossa análise sobre das menções efetuadas por @zerohora aponta indícios das experimentações que os veículos jornalísticos estão empreendendo nos usos das redes sociais. É possível inferir sobre a instabilidade do processo, em que não há regramentos estáveis, mas tentativos. Prova disso, são as exceções que apresentamos anteriormente, em que fica claro que as menções são usadas em alguns casos, e não em outros, de forma aleatória.

Com relação aos enunciados, podemos perceber que há três formas de menção: (a) menção a pessoas, quando se dá voz a elas através de excertos destacados por aspas; (b) menção a instituições, como bancos e empresas, em que a “@” passa a funcionar como forma identitária dentro do Twitter, assumindo o papel de sujeito ou objeto dos enunciados; (c) menção aos colunistas, sempre com o nome destacado ao início do tweet, separado do restante da frase por dois pontos, o que indicia a separação entre a opinião do jornal e de seus colunistas.

Além disso, é importante notar que instituições, políticos, celebridades e colunistas, são colocados num mesmo nível discursivo. Não há uma distinção entre a citação de uma instituição, como o banco Banrisul, ou como uma pessoa pública, como o prefeito Nelson Marchezan Júnior, por exemplo. Como lembra Mouillaud (2012), o dispositivo impõe uma forma, mas também um sentido.

No momento em que Zero Hora passa a enunciar notícias e acontecimentos por meio desse tipo de dispositivo, acaba produzindo modos singulares de referir e mencionar as instituições e os sujeitos. O uso do “@” não remete apenas a um acoplamento discursivo do jornal ao dispositivo Twitter, mas sobretudo mudanças no processo de enunciação do que Zero Hora considera destacar e mencionar nesse ambiente específico.

4. REFERÊNCIAS

BORELLI, Viviane. A circulação da notícia na sociedade em processo de midiatização: o caso de jornais de abrangência regional. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 3, n. 1, p.36-48, jul. 2015. Semestral. Disponível em: <<http://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/issue/view/293>>. Acesso em: 21 mar. 2016

BORELLI, Viviane; REGIANI, H. O que há de especificamente comunicacional na relação?. **Comunicação & Informação** (UFG), v. 19, p. 71-85, 2016.

BRADSHAW, Paul. **Model for a 21st Century Newsroom** - Redux: How digitisation has changed news organisations in a multiplatform world. [s.i]: Leanpub, 2012. Disponível em: <<https://leanpub.com/21stcenturynewsroom>>. Acesso em: 18 abr. 2016.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: Janotti Junior, Jeder; Mattos, Maria Ângela; Jacks, Nilda (Org.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p.89-105, 2008. Semestral. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/issue/view/11>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

_____. As bordas da circulação. In: **Alceu**, n. 20, v. 10, jan/jun 2010, p. 55-69.

FERREIRA, Jairo. Uma abordagem triádica dos dispositivos midiáticos. In: **Líbero**, ano IX, n.17, jun. 2006. p. 137- 145.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KLEIN, Otavio José. A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos. **Publicação semestral do LabCom**. Universidade da Beira Interior, Portugal, 2007. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/klein-otavio-genese-do-conceito-de-dispositivo.pdf>> Acesso em: 21/03/2016.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (Orgs.) **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002

PINTO, Milton José. **As marcas linguísticas da enunciação: esboço de uma gramática enunciativa do português**. Rio de Janeiro: Numem Ed., 1994. 163 p.

_____. **Comunicação e Discurso: Introdução à Análise de Discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A interação verbal. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p.14-26, jan, 2013. Semestral. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/5706/PDF>>. Acesso em: 18 abr. 2017

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

_____. Miatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas? In: **Mídia, Discurso e Sentido**. FERREIRA, M. F.; SAMPAIO, A. O.; FAUSTO NETO, A.(orgs). Salvador: EDUFBA, 2012.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, G.S.; POLINO, C. A. Design digital e interfaces sociais: um estudo da interface do Twitter. **Mediação** (Belo Horizonte), v. 17, p. 87-102, 2015