

**ESTRATÉGIAS LINGUÍSTICO-DISCURSIVAS
DO JORNALISMO ATUAL:
OS LUGARES DO IMPRESSO E DA WEB
COMO VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO**

Michelle Gomes Alonso Dominguez (UERJ)
michelle.alonso@gmail.com

O advento e a popularização da internet geraram um novo ambiente de produção/recepção da informação, impactando, consequentemente, o discurso jornalístico. Para entender a natureza e extensão dessas alterações, iniciou-se uma pesquisa sobre as especificidades linguístico-discursivas de webjornais da chamada "grande mídia" – comparando-as com as das publicações impressas da mesma empresa – para, através desse embate, propor a discussão sobre a manutenção (ou não) dos parâmetros e relações contratuais do discurso de informação midiática nessas "novas" produções jornalísticas. Fruto disso, a tese de doutorado intitulada *Estratégias Discursivas no Webjornalismo: indícios de um "novo" contrato?* (DOMINGUEZ, 2011) concluiu que, apesar de não haver novos elementos contratuais, alguns ajustes conceituais eram indispensáveis para justificar e compreender determinados usos linguístico-textuais, bem como suas funções discursivas. Apenas um ano depois, o acompanhamento dessas mídias demonstra um acirramento no papel social cumprido pelas diferentes mídias (impressa e online) e nas distintas formas de interação entre os sujeitos, conforme previsto na tese referida. É a atualização que este estudo se propõe, servindo-se de um aporte teórico que se fundamenta nas proposições gerais da análise semiolinguística do discurso, em especial, as referentes ao contrato comunicativo e ao discurso midiático, mantendo, em função da natureza do *corpus*, o diálogo próximo com alguns teóricos da comunicação sobre as potencialidades da produção webjornalística.