

Hesitação vacinal e reconfiguração do consumo de mídia no Brasil: Uma Análise Discursiva¹

Keila Siqueira de Lima²
Wedencley Alves Santana³

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Resumo

O artigo investiga os discursos de sujeitos em hesitação vacinal, que hoje é um dos maiores problemas de saúde pública no país. Para isso, utiliza de pressupostos teóricos da Análise de Discurso em diálogo com teorias da comunicação, dado que uma hipótese do trabalho é que essa hesitação vem sendo alimentada pelas redes digitais, as quais, devido à sua ampla capilaridade social, aceleram a circulação de discursos antivacina. O artigo é fruto da pesquisa de Mestrado em curso (PPGCOM/UFJF) e emprega entrevistas discursivas realizadas na Zona da Mata mineira. Um resultado relevante é a mudança reportada pelos entrevistados no consumo de mídia, migrando de veículos tradicionais para conteúdos online em geral, o que de certa forma confirma uma das hipóteses do estudo.

Palavra-chave: Comunicação; Saúde; Discurso; Hesitação; Vacina

Introdução

A hesitação vacinal, definida como o atraso na aceitação ou a recusa em receber a vacinação, mesmo diante da disponibilidade de serviços e imunizantes, emergiu como um desafio global de saúde pública. Para compreender esse fenômeno complexo, o Strategic Advisory Group of Experts Working on Vaccination Hesitancy (SAGE-WG) da Organização Mundial da Saúde (OMS) desenvolveu a Matriz de Determinantes da Hesitação Vacinal (MDVH) em 2012. Este modelo, aplicável por meio de diversos instrumentos (no nosso caso, a entrevista discursiva), elenca fatores preponderantes na

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, membro do Grupo Sensus - Comunicação e Discursos; assessora de imprensa da Gerência Regional de Saúde de Ubá (SES-MG). E-mail: keila.lima@estudante.ufjf.br

³ Pós-doc pelo EHESS (École d'Hautes Études en Sciences Sociales; Paris, 2015) e Cermes3 (Centre Recherche Médecine, Sciences, Santé, Santé Mentale, Société; Paris, 2023). Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM/UFJF; coordenador do Grupo Sensus - Comunicação e Discursos e-mail: wedencley.alves@ufjf.br

aceitação da vacinação e possibilita a mensuração da hesitação para subsidiar ações que influenciam positivamente a decisão individual, visto que o comportamento vacinal pode ser modificado (MacDonald, 2015).

A pesquisa em desenvolvimento, da qual este artigo se origina, situa a hesitação vacinal como um problema de saúde coletiva intrinsecamente ligado à comunicação. Fundamentado na MDVH, que reconhece a hesitação como uma questão multifacetada por fatores contextuais, individuais e específicos da vacina, este estudo mapeia discursos que perpassam sujeitos hesitantes. A metodologia empregada privilegiou a escuta qualificada em entrevistas discursivas em profundidade (Santana e Melo e Costa, 2014), com estímulo à narrativa espontânea, realizadas com indivíduos que expressam hesitação em relação aos imunizantes ofertados pelo Programa Nacional de Imunizações (PNI). Os participantes, residentes em cidades da Zona da Mata mineira, foram recrutados a partir de chamada ativa e não seletiva junto às comunidades locais. Não houve restrição ou exclusão de entrevistados. Todos que aceitaram a entrevista foram ouvidos até o limite de dez pessoas, número pré-estabelecido e apropriado para uma pesquisa em Análise de Discurso. Todo o projeto obteve aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da UFJF (CAAE: 83089724.6.0000.5147), em 30 de novembro de 2024. A partir da análise dos enunciados dos entrevistados, observamos indícios de uma possível relação entre as mudanças no consumo de mídia por brasileiros e a hesitação vacinal.

Dessa forma, o presente artigo busca aprofundar a compreensão da relação entre a hesitação vacinal e as transformações no consumo de mídia, que migra de veículos tradicionais para plataformas digitais. Ao analisar os discursos a que se filiam os entrevistados, procuramos identificar como essa reconfiguração do ambiente informacional pode influenciar a formação de percepções sobre vacinação e, consequentemente, a hesitação vacinal.

Mudanças no consumo de mídias e na percepção sobre vacinas

A presente análise adota os dispositivos analíticos da teoria dos discursos da escola franco-brasileira, fundamentada em Michel Pêcheux e Eni Orlandi. Este arcabouço teórico-metodológico foi aplicado por meio de entrevistas discursivas (Santana e Melo e Costa, 2014) com indivíduos que manifestam hesitação vacinal em relação aos imunizantes do Programa Nacional de Imunizações (PNI). Nosso objetivo é

contribuir para a compreensão da hesitação vacinal e sua articulação com as transformações no ambiente comunicacional online. Argumentamos que os participantes se reconhecem em discursos sobre saúde, doença e verdade, os quais são frequentemente perpassados por conteúdo desinformativo sobre vacinas, cuja circulação encontra ambiente privilegiado nas plataformas digitais (Massarani et al., 2021).

Um dos achados emergentes destas entrevistas discursivas foi o deslocamento no padrão de consumo de mídia. As sequências discursivas analisadas indicam um declínio no consumo de mídias tradicionais e uma crescente prática de acesso a informações e notícias por meio de plataformas digitais. Essa tendência é corroborada por relatórios internacionais, como o anual Digital News Report do Reuters Institute for the Study of Journalism (2025), que aponta uma diminuição significativa no consumo de notícias em televisão e, especialmente, em mídia impressa na última década. No contexto brasileiro, o acesso a notícias via televisão decaiu de 75% em 2013 para 46% em 2024, enquanto o consumo de notícias em mídias sociais (denominadas "Social Media" no relatório) ascendeu de 47% em 2013 para 54% em 2024.

O ambiente das plataformas digitais tem sido apontado como o principal meio de circulação da desinformação antivacina (Massarani et al., 2021), contribuindo para o cenário de queda da cobertura vacinal registrado no Brasil a partir de 2016 (Brasil, 2023). Após o esforço do Ministério da Saúde em estruturar o Movimento Nacional pela Vacinação a partir de 2023, as coberturas vacinais inverteram a tendência de queda e, em 2024, 15 das 16 principais vacinas do calendário infantil tiveram aumento. Contudo, o PNI ainda busca o patamar ideal de 95% de cobertura vacinal do público-alvo para todos os imunizantes, recomendado pela Organização Mundial da Saúde (Brasil, 2024).

O método de entrevistas discursivas

A presente análise apresenta reflexões derivadas de uma das famílias parafrásticas da pesquisa de mestrado em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. As entrevistas originais foram conduzidas com o propósito de identificar os sentidos produzidos por indivíduos que manifestam hesitação vacinal em relação aos imunizantes do Programa Nacional de Imunizações (PNI). O foco foi compreender a filiação desses sujeitos a formações discursivas

contemporâneas que confrontam a cultura de imunização brasileira, expressa até 2016, período que antecede o declínio das coberturas vacinais do PNI (BRASIL, 2023).

A entrevista ou escuta discursiva, conceito desenvolvido por Santana no âmbito das orientações no PPGCOM/UFJF, visa a compreender como os sujeitos (na função de entrevistados) se filiam e se apropriam de discursos, sejam eles institucionalizados ou não, reproduzindo-os ou deslocando-os em um processo contínuo de paráfrases e metaforizações (Santana e Melo e Costa, 2014; Orlandi, 2005).

Neste esforço de investigar os sentidos que orientam a hesitação vacinal e suas possíveis relações com a desinformação, percorremos as etapas metodológicas, sendo a primeira a gravação, que consiste na transcrição literal atenta à oralidade, pausas e entonações; seguida pela leitura reiterada do corpus; e a indexação e anonimização dos sujeitos. E então, as famílias parafrásticas foram constituídas pela seleção de um enunciado-tipo para cada uma, permitindo a análise em blocos focada na compreensão das formações discursivas. Para este artigo, priorizamos a análise de uma família parafrástica que aborda a influência do "ambiente de comunicação/mídia", um determinante individual e de grupo apontado pela MDVH.

Diante dessa proposta, o estudo investigou os sentidos que orientam a hesitação vacinal sob a perspectiva da Análise de Discurso (AD). Para o presente trabalho, são apresentados os achados parciais de uma das famílias de paráfrases, que será descrita na próxima seção, utilizando como título o enunciado-tipo que a representa.

"Até um certo tempo eu assisti aos telejornais": Indícios de reconfiguração no consumo de mídia

A queda nas coberturas vacinais têm sido consistentemente associada à crescente circulação de desinformação em plataformas digitais. Diante dessa problemática, inserimos nas entrevistas discursivas uma questão sobre o consumo de mídia, da qual emergiram duas famílias parafrásticas. A primeira, analisada neste segmento, reúne sequências discursivas que apontam para um declínio no consumo de mídias tradicionais. A segunda família, a ser discutida na seção subsequente, refere-se ao acesso a notícias por meio de plataformas digitais.

Nesta primeira família parafrástica, seis entrevistados enunciam, com variações, um afastamento progressivo dos meios tradicionais de informação, como os telejornais. A memória discursiva que sustenta essas enunciações remete a um tempo pretérito de

maior interesse por notícias, configurando um deslocamento de sentidos que marca o rompimento com práticas anteriores de consumo midiático.

O entrevistado Z1, por exemplo, inicia sua fala de forma concisa, afirmando ler jornal "de vez em quando". Contudo, ao ser questionado sobre seu interesse por notícias, responde de maneira abrupta e definitiva: "não", sem oferecer justificativas adicionais. À luz da Análise de Discurso (AD), esse silenciamento pode ser interpretado como um efeito de sentido que aponta para o esvaziamento do lugar de autoridade antes ocupado pela mídia tradicional.

Z2, por sua vez, nega reiteradamente qualquer vínculo com jornais ou televisão: "Não. Jornal, TV, eu não assisto. Nenhum. Não assisto". Em seguida, sua enunciação se desloca para outras formas de consumo, como streaming e YouTube: "TV para mim, lá em casa é mais, é mais TVêêêê... streaming, né? Eee eu gosto de assistiiiiir alguuuns, alguns, algumas coisas no YouTube assiiiiiimm". O prolongamento das palavras e a modulação do tom vocalizam uma performance enunciativa que enfatiza a ruptura com o modelo anterior e a adesão a um novo regime de consumo de mídia.

Z3 também relata ter acompanhado telejornais no passado, mas percebeu manipulação nas notícias veiculadas, o que comprometeu a credibilidade desses meios para ela. Neste caso, o deslocamento de sentido se ancora na desconfiança, produzindo um efeito de ruptura com a mídia tradicional, que cessa de ser uma referência legítima de informação.

Z3: JÁ ACOMPANHEI! (enfático). Né... já acompanhei MUUUuito | Maaasss deve ter mais ou menoosss uns SEIS ANOS maaais ou menoossss que eu não acompanho maiiss, entendeu? Mídia. Nenhuma. Às vezes nu celular, porque o celular.... JOGA isso pra gente asss vezes até sem a gente procurar, né? Você está às vezes é éer olhando o celular, você vai passando, aí você vê algumas coisas assim, né? Algumas notícia assim, maas nuuuuuum (agudo) acompanho muito mais, não. DESANIMEI, desanimei de acompanhar notícia. Né, porqueeeeeeee cê vai acompanhando cê vê que muita coisa é VERDADE, muita coisa não é VERDAADEE... cê vê muita MANIPULAÇÃO. Eu percebi isso, viu? Nos canais de COMUNICAÇÃO, percebi muita MANIPULAÇÃO.

A sequência discursiva de Z3 aprofunda o movimento de ruptura com a mídia tradicional, já apontado nos enunciados anteriores. A entrevistada inicia com uma afirmação enfática, "JÁ ACOMPANHEI!", seguida de uma marcação temporal que denota distanciamento: "deve ter mais ou menos uns SEIS ANOS". A insistência na marca temporal, reforçada pela repetição e alongamento das palavras, produz um efeito

de sentido de afastamento consolidado, o que contribui para a construção de uma memória discursiva de descontinuidade.

Z3 também introduz uma distinção entre o consumo ativo e o passivo de notícias. Ela afirma que, embora não acompanhe mais a mídia de forma intencional, ainda é exposta a conteúdos informativos de modo involuntário, via celular: "o celular... JOGA isso pra gente". Essa formulação evidencia uma relação de passividade diante da informação digital, que se impõe mesmo sem busca intencional. Tal enunciação pode ser interpretada, à luz da AD, como um deslocamento do sujeito do discurso, que se vê atravessado por sentidos que não controla completamente - um ponto caro à AD, que compreende o sujeito como efeito de linguagem, constituído por formações discursivas.

O ponto de inflexão mais marcante no enunciado de Z3 é a explicitação da desconfiança: "DESANIMEI de acompanhar notícia", justificada pela percepção de que "muita coisa é VERDADE, muita coisa não é VERDAADEE... cê vê muita MANIPULAÇÃO". A duplicidade entre verdade e falsidade, aliada à acusação de manipulação, desloca o eixo da crítica para o campo da ideologia, onde os sentidos não são neutros, mas produzidos sob determinadas condições de produção. A entrevistada afirma: "Eu percebi isso, viu? Nos canais de COMUNICAÇÃO, percebi muita MANIPULAÇÃO", o que evidencia um gesto de interpretação que rompe com a transparência aparente do discurso midiático e denuncia sua opacidade.

Esse gesto de interpretação, ao mesmo tempo em que denuncia a manipulação, também reposiciona a entrevistada como sujeito que se recusa a ocupar o lugar de destinatária passiva da mídia tradicional. Em termos pecheuxtianos, observa-se uma resistência à interpelação ideológica que antes a constituía como sujeito do discurso jornalístico. O rompimento, portanto, transcende o mero hábito de consumo, marcando uma reconfiguração da posição-sujeito que não se sustenta frente à percepção de que os sentidos veiculados são atravessados por interesses e estratégias de poder.

A entrevistada Z9 apresenta uma argumentação similar à de Z3 quanto ao afastamento do consumo de notícias, porém, sem recorrer a juízos de valor explícitos sobre os veículos de mídia tradicionais. Sua fala se ancora em uma memória discursiva pessoal, marcada por um histórico de desinteresse por temas noticiosos, o que se intensifica no presente. Ela afirma: "ULTIMAMENTE EU NÃO tenho ACESSADO notícias assiiimmm sobre PAÍS, essas notícias assim não... atééé até um certo TEMPO eu assisti aos TELEJORNAIS, né, que era como eu me me INFORMAVA e tudo". A

construção temporal "até um certo tempo" opera como um marcador discursivo de transição, indicando um deslocamento na forma de se relacionar com a informação. A hesitação e os prolongamentos vocálicos ("assiiimmm", "atééé") sugerem um esforço de formulação que evidencia a instabilidade do lugar de fala diante do tema. Z9 complementa que, atualmente, recorre à internet de forma esporádica: "AÍ ÀS VEZES eu procuro alguma coisa emm ééé, na INTERNET, né, hoje, Pela internet, mas NÃO TENHO mais interesse". A oscilação entre o "procurar" e o "não ter interesse" revela uma tensão entre a disponibilidade de informação e a disposição subjetiva para acessá-la. Em termos da AD, essa tensão pode ser compreendida como um efeito das condições de produção que atravessam o sujeito, produzindo sentidos contraditórios: de um lado, a internet como espaço de acesso; de outro, a desmobilização do desejo de saber.

A entrevistada ainda recorre a uma justificativa para seu afastamento: "Eu assim, nunca TIVE MUITO agora MENOS assunto por políiiiitica, gueeeerra. Essas coisas assim não me INTERESSA o ASSUNTO". Essa enunciação revela um processo de desidentificação imaginária com os veículos de mídia tradicionais, que já se encontrava em curso. Para a Análise de Discurso (AD), a identificação discursiva refere-se ao posicionamento do indivíduo no discurso, enquanto a identificação imaginária alude à relação do sujeito com o outro, que, neste contexto, são as mídias tradicionais. A repetição e o alongamento das palavras ("políiiiitica", "gueeeerra") reforçam o distanciamento afetivo e cognitivo em relação a esses temas, que são rejeitados como "assunto". Diferentemente de Z3, que denuncia a manipulação da mídia, Z9 não questiona a veracidade ou a legitimidade dos meios tradicionais. Seu afastamento se dá por uma via mais subjetiva, marcada por uma relação de desinteresse e saturação. Ainda assim, o efeito discursivo é semelhante: a descontinuidade no consumo de notícias tradicionais e a reconfiguração do sujeito frente aos discursos informativos.

Nesse processo, os interlocutores experimentam deslizamentos, metaforizações dos próprios sentidos formulados anteriormente, deslocamentos de suas filiações. E o que escutamos é o resultado de uma cena, de um *theatrum discursivus*, em que sujeitos, continuamente, se perguntam “quem sou para lhe falar assim” e “quem é ele para que eu lhe fale assim” (A -> B), na função de entrevistados, e “quem sou eu para que ele me fale assim” e “quem é ele para que me fale assim” (B -> A), na função de entrevistador. (Santana e Melo e Costa, 2014, p.5)

Neste contexto, a identificação imaginária, compreendida como a projeção feita sobre o interlocutor, torna-se crucial. A fala de Z9 demonstra um processo de

desidentificação imaginária ao evidenciar que ela não atribui mais às mídias tradicionais a autoridade informativa que estas detinham. Tal movimento, que se alinha às tendências apontadas por relatórios como os do Reuters Institute, é igualmente um achado em nossas entrevistas. Esse processo de desidentificação imaginária dos consumidores de mídia reflete deslizamentos e deslocamentos de suas filiações discursivas, culminando na questão implícita "Quem é você para me dizer isso?". Historicamente, o lugar da verdade e da realidade foi associado aos grandes veículos de comunicação, mas há fortes indícios de uma reconfiguração desse cenário no consumo de mídia no Brasil.

Outros entrevistados também enunciam um afastamento do consumo de notícias, ainda que por motivações distintas. Z4, por exemplo, expressa interesse em se manter informado, mas relata que, no momento, está impossibilitado de acompanhar as notícias devido à sobrecarga de atividades relacionadas à vida familiar e aos estudos. Nesse caso, o deslocamento discursivo não se dá por uma crítica à mídia ou por desinteresse, mas por uma reorganização das prioridades cotidianas. O sujeito se constitui, aqui, em uma posição tensionada entre o desejo de saber e as condições materiais que limitam esse acesso.

Já a entrevistada Z10 introduz um elemento singular na análise: o consumo de notícias como fator gerador de ansiedade. Embora relate que, no passado, se informava com mais frequência, atualmente tende a evitar o excesso de informações. Sua fala aponta para uma seletividade no consumo, priorizando conteúdos de interesse pessoal, como literatura e história, em detrimento das notícias do cotidiano. Esse movimento pode ser interpretado como um gesto de proteção subjetiva diante da sobrecarga informacional e emocional que certos discursos midiáticos produzem.

Z10: Eu gosto de de LER. Já consumi MAIS notícias do que hoje, sabe? Hoje eu fico... eu TENDO a não consumir DEMAISSSS NOTÍCIAS, né? Então procuro LER coisas... Do meu AGRADO, né? Assim... que me interessa, de hisTÓRIA de... de literaTURA, de outras coisas, mas notícias em si hoje, eu .Tendo a nãoooo... Consumir demais, porque eu acho que me deixa um pouco ansiosa, sabe?

Ainda que a entrevistada Z10 não mencione diretamente a pandemia, a forma como enuncia sua mudança de hábito, acompanhada de gestos corporais observados durante a entrevista (joga a cabeça para o lado, gestualizando como tempo passado), sugere que esse período pode ter operado como um marco discursivo. A pandemia, que

foi um acontecimento histórico com possíveis efeitos discursivos (que precisam ser mais investigados), reconfigurou sentidos e afetou a relação dos sujeitos com a informação, produzindo efeitos que ainda reverberam. A hesitação e o uso de expressões como "tendo a não consumir demais" revelam uma tentativa de controle sobre os efeitos que os discursos noticiosos provocam no corpo e na subjetividade.

Esse fenômeno de afastamento das notícias tradicionais não é isolado. O relatório do Reuters Institute for the Study of Journalism (2025), que investigou o consumo de mídia em 47 países, incluindo o Brasil, aponta uma tendência global (salvaguardadas as proporções locais): "o engajamento com fontes de mídia tradicionais, como TV, mídia impressa e sites de notícias, continua caindo, enquanto a dependência de mídias sociais, plataformas de vídeo e agregadores online cresce".

Conclusões parciais

As sequências discursivas analisadas nesta família parafrástica revelam um movimento de afastamento progressivo da mídia tradicional, impulsionado por múltiplas motivações. Observa-se a desconfiança em relação à veracidade das informações (Z3), o desinteresse histórico e a seletividade temática (Z9), a sobrecarga de demandas cotidianas (Z4), e os efeitos emocionais negativos, como a ansiedade (Z10). Embora as razões variem, um traço comum perpassa os enunciados: a ruptura com uma prática anterior de consumo informativo, predominantemente ancorada em telejornais e jornais impressos. Esse deslocamento discursivo não apenas evidencia uma reconfiguração nas relações dos sujeitos com os discursos midiáticos, mas também marca uma transição de sentidos que desestabiliza o lugar historicamente ocupado pela mídia tradicional como fonte legítima de informação.

Adicionalmente, observou-se que o vazio deixado pela mídia tradicional é parcialmente preenchido por novas formas de acesso à informação, notadamente via plataformas digitais. Consequentemente, os sentidos se reorganizam em torno de práticas de consumo mais fragmentadas, personalizadas e, frequentemente, mediadas por algoritmos. Embora este artigo tenha focado na análise de apenas uma família parafrástica, parte da pesquisa de mestrado em andamento, os resultados indicam que a reconfiguração do consumo de mídia por indivíduos em hesitação vacinal é um fenômeno relevante. É nesse ambiente virtual que se configura um espaço privilegiado

para a circulação de discursos antivacinas, sugerindo uma correlação potencial com a hesitação vacinal.

Referências

BRASIL. Ministério da Saúde; CONSELHO NACIONAL DE SECRETARIAS MUNICIPAIS DE SAÚDE- CONASEMS. **Pesquisa nacional sobre cobertura vacinal, seus múltiplos determinantes e as ações de imunização nos territórios municipais brasileiros**. [S. l.], 2023. v. 1. Disponível em: <https://conasems-ava-prod.s3.sa-east-1.amazonaws.com/institucional/publicacoes/publicacao-imunizassus-230123-3-1674844436.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Brasil reverte tendência de queda nas coberturas vacinais e oito imunizantes do calendário infantil registram alta em 2023**. Brasília, 19 dez. 2023a. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/dezembro/brasil-reverte-tendencia-de-queda-nas-coberturas-vaciniais-e-oito-imunizantes-do-calendario-infantil-registram-alta-em-2023>. Acesso em: 1 out. 2024.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1: a sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FALCÃO, Hully Guedes; MONARI, Ana Carolina Monari; SACRAMENTO, Igor; MAUÉS, Caio. “Meus filhos não serão cobaias”: cismas e discursos antivacinação infantil pós-pandemia de Covid-19. **Horizontes Antropológicos**, v. 30, n. 69, p. e690408, maio 2024.

MACDONALD, Noni E. et al. Vaccine hesitancy: Definition, scope and determinants. **Vaccine**, [S. l.], v. 33, n. 34, p. 4161-4164, 2015.

MASSARANI, Luiza; WALTZ, Igor; LEAL, Tatiane; MODESTO, Michelle. Narrativas sobre vacinação em tempos de fake news: uma análise de conteúdo em redes sociais. **Saúde e Sociedade**, v. 30, n. 2, p. e200317, 2021.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. 12. ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

SANTANA, Wedencley Alves; MELO E COSTA, Stephanie Lyanie. Quem sou eu para lhe falar assim? A construção de “discursos de si” por pessoas com HIV e o lugar do analista na entrevista discursiva. **Entremeios: revista de estudos do discurso**, Marília, v. 9, n. 19, p. 110-128, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.entremeios.inf.br/published/195.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2016.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report 2025: Brazil**. Oxford: University of Oxford, 2025. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/brazil>. Acesso em: 19 jun. 2025.