A IDENTIDADE E A IDEOLOGIA DA IMPRENSA BRASILEIRA
UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

Fernanda Pizarro de Magalhães CEFET/RS

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar a análise crítica do texto *Como a imprensa brasileira noticiaria hoje a estória da Chapeuzinho* Vermelho, segundo a teoria crítica do Discurso de Fairclough. A partir da escolhas gramaticais e lexicais utilizadas no texto, busca-se caracterizar a identidade e o caráter ideológico de diferentes veículos jornalísticos brasileiros.

INTRODUÇÃO

Sabemos que um discurso não pode ser analisado simplesmente sob seu aspecto lingüístico, mas como um jogo estratégico de ação e reação entre enunciador e receptor em que estão presentes interesses, valores, crenças... Dessa forma, a linguagem não é mais pura evidência, já que foge à transparência de sentido; não tem mais como primeira finalidade a representação do mundo, mas torna-se forma de negociação e instrumento de ação. A língua, por sua vez, constitui possibilidade de discurso e é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido; é o espaço em que emergem as significações. Na construção do sentido, por sua vez, o enunciador dispõe de signos, marcas, traços, letras...É ele que anima as formas da língua para, através do discurso, criar os significados no que diz e no que não diz. Dessa forma, a linguagem que usamos define nossos propósitos, expõe nossas crenças e valores, reflete nossa visão de mundo e a do grupo social em que vivemos e pode servir ainda como instrumento de manipulação ideológica.

A análise deste trabalho tomará como embasamento teórico a proposta da ACD – Análise Crítica do Discurso – a qual propõe-se a estudar a linguagem como prática social e, para tal, concede ao contexto um papel crucial.

É possível definir a ACD como uma disciplina que se ocupa fundamentalmente de análises que dão conta das relações de dominação, discriminação, poder e controle, na forma como elas se manifestam através da linguagem. Nessa perspectiva, a linguagem é um meio de dominação e de força social, servindo para legitimar as relações de poder estabelecidas institucionalmente.

Para a ACD, são necessárias as descrições e teorizações dos processos e das estruturas sociais responsáveis pela produção de um texto " como uma descrição das estruturas sociais e os processos nos quais os grupos ou indivíduos, como sujeitos históricos, criam sentidos em sua interação com textos". (WODAK, 2003)

Segundo Fairclough (2001), " a ACD é uma forma de ciência crítica que foi concebida como ciência social destinada a identificar os problemas que as pessoas enfrentam em decorrência de formas particulares da vida social e destinada, igualmente, a desenvolver recursos de que as pessoas podem se valer a fim de abordar e superar esses problemas."

Conceitos básicos da Análise Crítica do Discurso que embasam o presente trabalho

Discurso

Esse termo corresponde mais ou menos às dimensões textuais que , tradicionalmente, têm sido tratadas por "conteúdos", "significados ideacionais", "tópico", "assunto" etc. No entanto, segundo Fairclough, discurso difere desses termos tradicionais, pois trata-se de um modo particular de construir um assunto. Fairclough defende o discurso como prática política e ideológica. Como prática política, o discurso estabelece , mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas em que existem tais relações. Como prática ideológica, o discurso constitui, naturaliza, mantém e também transforma os significados de mundo nas mais diversas posições das relações de poder.

Contexto

Trata-se de uma noção de relevância ímpar para ACD, "já que explicitamente inclui elementos sociopsicológicos, políticos e ideológicos e, portanto, postula um procedimento interdisciplinar" (MEYER, 2003) Os discursos são históricos e, destarte, só podem ser entendidos se em referência a seus contextos (FAIRCLOUGH, 2001).

Sujeito

Para Fairclough (2001), os sujeitos podem contrapor e, de forma progressiva, reestruturar a dominação e as formações mediante a prática, isto é, os sujeitos sociais são moldados pelas práticas

discursivas, mas também são capazes de remodelar e reestruturar essas práticas. Na ACD, rejeita-se firmemente o ‘sujeito assujeitado’ da Análise do Discurso (AD).

Identidade

A identidade tem a ver com a origem social, gênero, classe, atitudes, crenças de um falante, e é expressa a partir das formas lingüísticas e dos significados que esse falante seleciona, passando-se à maneira como o produtor de um texto (editor) retextualiza a fala de um locutor, atribuindo-se uma identidade e outra para esse locutor.

Intertextualidade e interdiscursividade

As categorias intertextualidade e a interdiscursividade são bastante exploradas pela ACD, pois ela analisa as relações de um texto ou um discurso, considerando outros que lhe são recorrentes. É apropriado lembrar, aqui, o posicionamento de Bakhtin (2000) de que os textos “respondem” a textos anteriores e, também, antecipam textos posteriores.

Crítica, ideologia e poder

As noções de crítica, ideologia e poder são básicas para a ACD. Entende-se a crítica, segundo Wodak, como o resultado de certa distância dos dados, considerados na perspectiva social e mediante uma atitude política e centrada na autocrítica. Já ideologia é um termo utilizado para indicar o estabelecimento e conservação de relações desiguais de poder. Ele “se refere às formas e aos processos sociais em cujo seio, e por cujo meio, circulam as formas simbólicas no mundo social” (WODAK, 2003). Por isso, a ACD indica, como um de seus objetivos, a desmitificação dos discursos por meio da decifração da ideologia.

O modelo tridimensional de Fairclough

Análise textual

Essa primeira dimensão é baseada na tradição de análise textual e lingüística. Análise denominada de “descrição”. É a dimensão que cuida da análise lingüística. A análise textual deve ser feita conjuntamente com as outras dimensões.

Essa análise textual envolve quatro itens, apresentados em escalas ascendentes: vocabulário (lexicalização); gramática, coesão e estrutura textual. O vocabulário cuida, principalmente, de palavras isoladas; a gramática trata das palavras organizadas em orações e frases; a coesão, da ligação entre orações e frases; e a estrutura textual, finalmente, cuida de todas as características organizacionais dos textos.

Análise discursiva

A prática discursiva (produção, distribuição e consumo) está baseada na tradição interpretativa ou microssociológica de levar em conta a prática social como algo que as pessoas, ativamente, produzem e apreendem com embasamento em procedimentos compartidos consensualmente. Trata-se, portanto, de uma análise chamada de "interpretativa", pois é uma dimensão que trabalha com a natureza da produção e interpretação textual

Alguns aspectos podem ser observados nessa análise, envolvendo as três dimensões da prática discursiva: produção do texto – interdiscursividade e intertextualidade manifesta; distribuição do texto – cadeias intertextuais; consumo do texto – coerência. A essas três dimensões, Fairclough (2001) acrescentou as "condições da prática discursiva" com a finalidade de apresentar aspectos sociais e institucionais que envolvem produção e consumo de textos.

Análise social

O objetivo geral dessa prática é especificar " a natureza da prática social da qual a prática discursiva é uma parte, constituindo a base para explicar por que a prática discursiva é como é; e os efeitos da prática discursiva sobre a prática social"(FAIRCLOUGU, 2001).

Trata-se de uma análise de tradição macrossociológica e com características interpretativas. É uma dimensão que verifica as questões de interesse na análise social, ou seja, analisa as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo e de que maneira elas moldam a natureza da prática discursiva.

Com base no que foi exposto, procurarei analisar o texto a seguir levando em conta as três dimensões – textual, discursiva e social – sem, no entanto, seguir uma única ordem. Além disso, essas categorias serão trabalhadas de forma conjunta e integrada.

TEXTO DE ANÁLISE

Como a imprensa brasileira noticiaria hoje a estória da chapeuzinho vermelho

JORNAL NACIONAL

(Willian Bonner): “Boa noite. Uma menina chegou a ser devorada por um lobo...”

(Fátima Bernardes): “...mas a atuação de um caçador evitou uma tragédia”.

FANTÁSTICO

(Glória Maria): “... que gracinha, gente. Vocês não vão acreditar, mas essa menina linda aqui foi retirada viva da barriga de um lobo, não é mesmo?”

BRASIL URGENTE

(Datena): “ Onde é que a gente vai parar , cadê as autoridades?

Cadê as autoridades?! Segurança!!! Cadê a polícia? A menina ia para casa da avozinha a pé! Não tem transporte público! Não tem transporte público! Isso é uma piada !!! Esses políticos são uns brincalhões!! Ela foi devorada viva... Acorda autoridade! Um lobo, um lobo safado. Isso é um tapa na cara da sociedade brasileira. Põe na tela!! Porque eu falo mesmo, não tenho medo de lobo, não; não tenho medo de lobo, não.”

VEJA

Chapeuzinho exclusivo: “Acho que não foi tão perigoso assim”

Relatório revela: Abin investigou ligações do lobo com o PT e as Farc.

CLÁUDIA

Como chegar à casa da vovozinha sem se deixar enganar pelos lobos do caminho**.**

NOVA

Dez maneiras de levar um lobo à loucura.

MARIE- CLAIRE

Na cama com o lobo e a vovó.

FOLHA DE SÃO PAULO

Legenda da foto: Chapeuzinho, à direita, aperta a mão de seu salvador.

Na matéria: Box com um zoólogo explicando os hábitos alimentares dos lobos e um imenso infográfico mostrando como Chapeuzinho foi devorada e depois salva pelo caçador.

CARAS

(Ensaio fotográfico com chapeuzinho na semana seguinte) Na banheira de hidromassagem, Chapeuzinho (18) fala a caras: “ Até ser devorada, eu não dava valor para muitas coisas da vida. Hoje sou outra pessoa”.

PLAYBOY

(Ensaio fotográfico no mês seguinte) Confira o que só o lobo viu e comeu.

G MAGAZINE

(Ensaio fotográfico com caçador) Caçador mostra a pistola.

ANÁLISE

O texto escolhido, de circulação na Internet em 2006, revela de forma humorística a identidade e a ideologia de diferentes veículos de comunicação no país. O humor do texto está justamente em explicitar, através de recursos lingüísticos e discursivos, os propósitos, as crenças, os valores e a visão de mundo que estão subentendidos em cada um desses veículos. Assim um mesmo fato é interpretado de forma diferente de acordo com o filtro ideológico presente em cada contexto, o que comprova que a ideologia molda o discurso, reflete formas de perceber a realidade e estabelece identidades sociais e padrões de comportamentos vigentes em nossa sociedade. A seguir, procuro examinar criticamente a linguagem e as escolhas lexicogramaticais de cada um dos pequenos textos, como forma de evidenciar e confirmar o propósito discursivo de diferentes veículos jornalísticos.

Jornal Nacional

O programa Jornal Nacional da Rede Globo de televisão é o telejornal mais visto no país e tem como apresentadores, na atualidade, o casal Willian Bonner e Fátima Bernardes que estão diariamente apresentando as principais notícias ocorridas no país.

Muitos aspectos caracterizam o programa e a dupla de apresentadores que têm peculiaridades próprias, diferenciando-o de outros telejornais. O texto, por sua vez, traz à tona alguns desses aspectos que permitem verificar a identidade e o caráter ideológico do programa. Um primeiro aspecto diz respeito à construção lingüística escolhida pelo autor : a utilização do verbo na voz passiva em *Uma menina chegou a ser devorada por um lobo* põe em evidência o sujeito paciente recebedor da ação verbal em detrimento do sujeito ativo, e o acréscimo do verbo *chegar* a essa locução demonstra a intenção do autor de colocar na fala masculina formas que causem impacto, que dêem a idéia de acontecimento inesperado sem comprometer a veracidade da notícia. Além disso, o emprego de *mas,* conector de oposição, na introdução da fala da apresentadora confirma essa intenção, já que esse conector articula idéias cujos conteúdos se opõem. Um outro aspecto relaciona-se à questão do gênero: o fato de a figura masculina sempre iniciar o programa e relatar de forma enfática o lado trágico da notícia e a figura feminina, logo em seguida, apresentar o mesmo fato de forma mais suavizada demonstra a presença de uma ideologia machista bastante presente em nossa sociedade. A crença de o elemento masculino estar numa posição superior ao feminino é confirmada ainda na fala da apresentadora, já que ela evidencia que foi a atuação de um caçador, elemento masculino, que resolveu o problema.

Ainda que o autor do texto não tenha feito todas essas escolhas de forma consciente, é possível afirmar que ele revelou alguns aspectos ideológicos do programa e que, por sua vez, tenha acrescentado a essa interpretação a sua própria maneira de ver a realidade.

Fantástico

Fantástico, o show da vida, é um programa da televisão brasileira exibido aos domingos pela Rede Globo.Tem o formato de revista e procura intercalar notícias, shows musicais, entrevistas e quadros. Além disso, valoriza histórias extraordinárias, bizarras e grotescas inspiradas no gênero "fait divers".

O texto em análise chama atenção primeiramente por explicitar expressões de uso freqüente da apresentadora, caracterizando sua linguagem, seu estilo. Diferentemente do texto anterior, a notícia não salienta o lado trágico da notícia, mas sim o lado extraordinário, ou melhor, o lado "fantástico" da reportagem, o que é comprovado pelo uso da expressão *Vocês não vão acreditar*. Além disso, o emprego da expressão *que gracinha,* do adjetivo *linda* para caracterizar *menina,* e da pergunta *não é mesmo*?, no final da frase, revela a identidade do programa que é conceder à notícia um caráter mais brando e menos formal, permitindo uma maior aproximação entre apresentador e telespectador.

Brasil Urgente

Brasil Urgente é transmitido diariamente pela rede Bandeirantes de Televisão e caracteriza-se por ser um programa de denúncia, de crítica e de apelo social.

O emprego de construções interrogativas, a repetição de frases, a utilização de um vocabulário sensacionalista confirmam o propósito do programa que é de despertar nos ouvintes um sentimento de revolta e indignação no que diz respeito à situação social e política do Brasil.

Além das escolhas lexicais e gramaticais, é possível verificar um série de idéias subentendidas no texto que confirmam o propósito do programa. Assim em *Cadê as autoridades? Cadê a polícia*? É possível inferir que representantes da sociedade não estão atuando como deveriam frente ao fato, mostrando-se omissos e incompetentes. Em *A menina ia para casa da avozinha a pé! Não tem transporte público*!, é possível deduzir que a menina, no caso, cidadã brasileira, tem esse direito, mas que o governo não o respeita e não cumpre com suas obrigações sociais. Em *Porque eu falo mesmo, não tenho medo de lobo, não tenho medo de lobo, não,* é possível concluir que existem pessoas que têm medo de enfrentar essa situação e a realidade de forma geral.

Assim, o texto foi estruturado de forma a evidenciar a intenção do programa, conseqüentemente sua identidade e seu caráter ideológico.

Veja

Veja é a revista mais comprada no país e uma das mais lidas no mundo. Desde 1995, são impressos mais de um milhão de exemplares toda semana. Devido a isso e a outros fatores, tem sido objeto de análise e servido de fonte de pesquisa para inúmeros trabalhos acadêmicos.

No texto em análise, é possível verificar dois aspectos característicos da revista que foram identificados e explorados pelo autor de forma crítica e humorística. Primeiramente, a preocupação da revista com a exclusividade, ou seja, a preocupação de apresentar informações que não estejam disponíveis em outros veículos jornalísticos. Em segundo lugar, a forma como a revista trata da questão política do país, mais especificamente, a intenção de denunciar a corrupção, as organizações e os conchavos políticos, principalmente quando relacionados com o Partido dos Trabalhadores. Assim, em *Abin investigou ligações do lobo com o PT e as Farc* fica evidente uma crítica à ideologia política da revista, já que é o lobo, vilão da história, quem mantém relação com o partido do PT e as Farc. Freqüentemente, a revista vem mostrando uma posição anti-PT e denunciando a ligação do partido ao socialismo e a grupos terroristas, como conforme comprovam as manchetes abaixo:

O PT deixou o Brasil mais burro (Veja, 26/01/07)

Tentáculos das Farcs no Brasil (Veja, 16/03/06)

Os dólares de Cuba para a campanha de Lula (Veja, 16/03/06)

Opção de Lula pelo softwarelivre atrasa o país. (Veja, 05/06/06)

Cláudia/ Nova / Marie Claire

As revistas acima citadas, de circulação mensal, destinam-se a um público feminino de classe média-alta e com idade superior a 30 anos. Provavelmente, mulheres maduras, experientes e independentes financeiramente.

Cada uma das revistas, no entanto, tem uma identidade, um enfoque diferenciado, que é explorado pelo autor do texto em análise.

Na manchete de Cláudia, *Como chegar à casa da vovozinha sem se deixar enganar pelos lobos do caminho,* fica subentendida a idéia de que a sociedade em que vivemos está repleta de desafios e perigos e a mulher deve estar preparada para vencê-los e superá-los. A revista torna-se uma aliada no sentido de alertar e proteger a mulher para não ser enganada. É possível perceber também a figura feminina associada à fragilidade e ao despreparo. Além disso, a palavra *lobos* remete ao masculino e, no conto do Chapeuzinho, como todos sabemos, ele é o "enganador", o vilão da história.

Abaixo, algumas manchetes de Cláudia que confirmam a identidade da revista:

Teste: Você conhece os homens? (fev, 2007)

7 questões que toda mulher deve colocar para si mesma (fev, 2007)

O emprego mudou – onde está você neste novo mundo? (dez, 2006)

Tudo o que você precisa saber sobre multas de trânsito! (out, 2006)

6 inseguranças femininas que os homens odeiam (set, 2006)

A revista Nova, por outro lado, retrata a identidade de uma mulher mais atuante, preocupada com suas conquistas afetivas e seu desempenho sexual. A revista apresenta freqüentemente artigos e reportagens com dicas de como conquistar e satisfazer um parceiro através de um bom desempenho sexual.

Apesar de conceder à figura feminina um caráter mais arrojado no que diz respeito a sua sexualidade, é possível perceber a mulher, ainda assim,ser retratada de forma inferior, já que ela tem mais preocupação em agradar e satisfazer seu parceiro do que a si própria. Em *Dez maneiras de levar um lobo à loucura,* o autor do texto trouxe à tona essa visão ideológica a qual pode ser constatada facilmente ao observar o título das principais seções da revista :

1001 idéias de sexo

Como fazer uma strip-tease

Segredos sobre os homens

Confissões de um conquistador

Esses homens...

Conexão máxima com ele

Já a revista Marie Claire parece ter como enfoque maior a preocupação com o aspecto psicológico da mulher, principalmente no que diz respeito a assuntos relacionados a sexo: fantasias sexuais, tabus, preconceito, etc. Essa identidade é confirmada em alguns títulos e em algumas manchetes da revista, mencionados abaixo:

Mundo estranho: o que leva um homem a trocar a mulher por uma boneca? (nov, 2006)

Negras e poderosas: elas enfrentaram o preconceito e chegaram ao topo (nov, 2006)

Eu leitora: " Meu prazer é transar com estranhos" (out, 2006)

Eu leitora: " Namorei meu irmão sem saber" (out, 2006)

Sexo casual: Saiba como viver uma aventura sem correr riscos (ago, 2006)
Eu leitora: Meu sonho é viver um casamento a três.

Heroína do mês
Carla Zhand, 36 anos, travesti, já sentiu na pele todos os tipos de preconceito, mas não ficou no lugar de vítima. Ela resolveu lutar contra a discriminação, ajudando centenas de mulheres com aids, na periferia de Salvador.

Folha de São Paulo

O aspecto identificado e explorado pelo autor do texto em relação a este veículo diz respeito à construção gráfica e visual do jornal. A Folha de São Paulo caracteriza-se pela utilização de um grande

número de recursos visuais: fotografias, gráficos, infográficos, box e outros a fim de tornar a notícia mais acessível, mais detalhada e mais completa.

Um outro aspecto evidente no texto e, por sua vez, também nesse veículo relaciona-se à preocupação com a credibilidade da informação. O fato de um zoólogo ser consultado para dar informação sobre hábitos alimentares dos lobos revela não só a preocupação do jornal em ir além do fato como também em imprimir confiabilidade à notícia.

Caras

A revista Caras tem como enfoque principal a vida de celebridades. É possível verificar nela uma série de aspectos que a caracterizam e a diferenciam de outras do gênero. Além de beleza gráfica, linguagem simples, textos concisos é possível perceber que as fotografias impressas são exageradamente grandes e ocupam páginas inteiras para que o leitor possa analisar os detalhes de seus ídolos. A mansão do artista é mostrada em detalhes: cozinha, sala, piscina e a famosa banheira, fazendo com que o leitor sinta-se mais próximo e mais íntimo de seu ídolo. No que diz respeito à linguagem, alguns aspectos chamam atenção, como por exemplo, o uso do termo "herdeiros" para se referir aos filhos de grandes celebridades e a menção do nome do artista sempre seguida da idade. Em relação aos anúncios, pode-se observar que a grande maioria envolve produtos como móveis, jóias, carros o que nos leva a deduzir o perfil do leitor de Caras.

No texto em análise, o autor além de trazer à tona algumas características próprias da revista, faz referência a alguns aspectos relacionados a sua ideologia. Na fala de chapeuzinho: " *Até ser devorada, eu não dava valor para muitas coisas da vida. Hoje sou pessoa"*, fica subentendida a idéia de que a revista tem a preocupação de não só revelar a beleza física e a riqueza material do artista, mas também de evidenciar o seu lado sentimental e emocional. O ídolo, assim, é retratado como um ser perfeito, capaz de superar todos os problemas, realizado e bem sucedido em todos os aspectos. Essa ideologia pode ser conferida em algumas manchetes e passagens da revista, como as citadas abaixo, todas retiradas da mesma edição(nº. 530 de 08/09/2006):

" Meus filhos são as minhas obras-primas. Mesmo longe, mantemos uma relação bem carinhosa" . (Marcelo Gleiser)

"O centro do Universo, o amor e meus valores mudaram. Tenho outra vida depois que me tornei mãe." (Viviane Pasmanter)

“ Todo meu tempo livre é dedicado a Joaquim, depois ao Andrucha e depois é que venho eu”. (Fernanda Torres)

“ Ana superou todos os problemas de saúde. Ela está ótima.” (João Ganon sobre a saúde da namorada Ana Paula Arósio)

‘... a Stéphanie está indo morar na Itália. Isso é uma loucura. Vou ficar com ela 15 dias. Depois vai a mãe, depois a sogra. Ela não ficará sozinha de jeito nenhum. (Bebeto sobre sua filha de 15 anos que está prestes a ir estudar no exterior)

Playboy e G Magazine

Playboy e G Magazine são revistas de entretenimento erótico para públicos distintos: masculino e homossexual respectivamente. Todo mês apresentam a seus leitores a intimidade e a nudez de um mito sexual, além de entrevistas e reportagens sobre assuntos diversos do mundo masculino (Playboy) e do mundo gay(G Magazine).

O texto em análise evidencia que ambas revistas têm como proposta principal despertar, no possível consumidor, o prazer de ver, conferir e apreciar exclusivamente aquilo que não está ao alcance de todos: o corpo do seu ídolo, mais especificamente, suas partes íntimas.

As chamadas abaixo confirmam essa identidade da revista:

Veja mais de 50 fotos de Cyber Girl ! (Playboy,fev,2007)

Andréa Lopes – Ensaio completo e fotos exclusivas (idem)

Veja os ensaios dos BBS e escolha a sua foto preferida (idem)

BBB, Iran
Você não viu nada tãããO grande! (G Magazine, jan. 2007)

Bruno Corner

Isso que é mensalão (G Magazine, nov. 2005)

Mathias
Revela o tom de sue instrumento! (G magazine, out. 2004)

Os gêmeos Fernando e Felipe
Descubra a diferença! (G Magazine, dez.2004)

Marcelo, o bebê Johnson`s cresceu. (G Magazine, mar. 2003)

CONCLUSÃO

Através da análise crítica de um texto, podemos compreender de que maneira o autor representa indivíduos e seus valores, de que forma estabelece as relações sociais e de que maneira vê a realidade. Assim sendo, ao analisarmos criticamente um texto, estaremos visualizando não só a realidade particular de um indivíduo, mas também, estaremos explicitando padrões ideológicos que regem condutas, opiniões e comportamentos, seja de um grupo social, de uma comunidade, de um veículo jornalístico ou da sociedade como um todo.

No texto analisado, o autor é bastante perspicaz, extremamente crítico e satírico em relação às mídias brasileiras. Tem como objetivo principal evidenciar as características, o perfil de diferentes veículos jornalísticos através de escolhas lexicais e gramaticais utilizadas propositalmente para causar o efeito desejado, no caso, o humor.

A análise do “dito” e do “não dito” no texto e a consulta e pesquisa em exemplares dos veículos citados foram fundamentais para revelar o modo de pensar de diferentes grupos sociais e, principalmente para evidenciar e confirmar a identidade e a ideologia das mídias brasileiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do Discurso. **In***: Estética da criação verbal*. Martins Fontes, 2000.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília, 2001.

MEYER, Michel. Entre la teoría, el método y la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD. **In**: WODAK, Ruth; MEYER, Michel. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, Gedisa, 2003.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos.* Campinas; Pontes, 2001.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*.Vozes, 1998.

VAN DIJK, Teun A . *Ideologia y discurso*. Barcelona: Ariel, 2003.

WODAK, Ruth. *De que trata a ACD: um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. Linguagem em (dis)curso*. Tubarão, 2004.