

# REENUNCIÇÃO NO DISCURSO DAS MÍDIAS: UMA ABORDAGEM SEMILINGUÍSTICA

*Teresinha Souto de Azevedo Campos*

*Mestranda*

*Orientadora: Dr<sup>a</sup>. Patrícia Ferreira Neves Ribeiro*

## **Introdução**

O presente trabalho propõe-se a analisar falas proferidas por políticos e renunciadas pelo Jornal *O Globo* por meio de manchetes narrativas publicadas ao longo do ano de 2014. Essas falas, centradas em torno da eleição de 2014 para presidente do Brasil, circularam na nossa sociedade, principalmente em um jornal de referência como *O Globo*, e ganharam notoriedade acima da média nos mais diversos suportes midiáticos brasileiros.

O *corpus* escolhido para este trabalho foi extraído do jornal *O Globo*, mais especificamente das edições compreendidas entre 30 de agosto e 20 de setembro de 2014. A opção por este recorte temporal deveu-se ao quadro impactante ocasionado pelo falecimento do então candidato à Presidência da República pelo PSB, Eduardo Campos, o qual figurava em terceiro lugar na disputa eleitoral, abaixo de Aécio Neves (PSDB) – que vinha em segundo lugar – e Dilma Rousseff (PT), que aparecia em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto. A partir deste fortuito acontecimento, a posição no cenário eleitoral foi invertida: a vice do falecido candidato – Marina Silva – sobe, subitamente, nas pesquisas Datafolha, enquanto Dilma Rousseff sofre um retrocesso gradual e contínuo, de acordo com o mesmo Instituto, testemunhando uma rejeição dos eleitores.

Concomitantemente a esse quadro político, foi detectado, nas páginas do jornal *O Globo*, um emergir de falas dos políticos candidatos, renunciadas, com acentuada frequência,

---

por inserções de verbos *dicendi* – introdutores de fala reportada – por supressões e por substituições lexicais relativamente às falas propriamente ditas. Consideradas mais do que meras citações reenunciadas, as declarações destacadas de seu texto original sofrem adulterações, produzindo efeitos de sentido que interferem no resultado da leitura, fato que motiva questões latentes como: O que leva determinados textos a serem transformados em outros? Quais os efeitos de sentido produzidos nessas operações sob análise?

Este trabalho parte da suposição de que as vozes reenunciadas podem apontar para pontos de vista ideológicos diferentes dos pretendidos originalmente. Percebe-se, através das análises, que a retextualização oferece a manutenção de elo entre o texto-fonte e o derivado, no entanto, as marcas discursivas da voz do reenunciador, que modifica a orientação argumentativa do texto original, registram um outro modo de significar muitas vezes alheio à intenção do produtor original da fala.

No bojo dessas indagações e dessa hipótese, visamos, nesta pesquisa, a construção dos sentidos das falas reenunciadas como manchetes jornalísticas com base na teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau, no estudo de aspectos intertextuais, como o da sobreasseveração, proposto por Dominique Maingueneau, e no da retextualização de acordo com Luis Antônio Marcuschi, com apoio especial no conceito de contrato de comunicação midiático.

Metodologicamente, verificaremos as citações retextualizadas a partir da recorrência de verbos *dicendi*, como recurso de informação e de pretensa neutralidade, e das construções linguísticas introduzidas e/ou suprimidas por esses verbos, no âmbito das sobredeterminações do contrato comunicativo midiático de *O Globo*.

Entendemos que é necessário saber ler criticamente e adquirir um procedimento de interpretação que implique questionamentos, como um processo que faz descobrir o não dito, o oculto, as significações possíveis que se encontram por trás das aparências dos ditos. Espera-se que o leitor compreenda a configuração verbal, segundo a relação forma-sentido situada, e interprete o conjunto com base em inferências, seja dos implícitos ligados aos valores ideológicos do sistema jornalístico focalizado, seja da intenção latente por parte dos sujeitos comunicantes.

## **Eixos teóricos**

---

A Semiologia é uma teoria de análise do discurso criada pelo linguista Patrick Charaudeau, cuja proposta advém da síntese que procura fazer entre a Semiótica, a Linguística e a Pragmática.

Trata-se de uma teoria semiótica, devido a três fatores: primeiro, porque o sentido é construído em relação à forma; segundo, porque se interessa por um objeto feito com base em relações intertextuais, dependentes dos sujeitos de intencionalidade que as produzem; terceiro, porque essa análise se preocupa em extrair os implícitos do texto assim constituído com base nos signos linguísticos.

É também uma análise de base Linguística pelo fato de lançar mão de toda a conceituação estrutural dos fatos da linguagem – “em nível sintagmático e paradigmático – como instrumental para a investigação do ato linguístico” (CHARAUDEAU, 1983, p. 14).

Afora conceituarmos semiologia usando o desmembramento etimológico da palavra – a análise semiologia do discurso – em uma tendência ainda mais recente, liga-se ao pragmático para se inserir em uma perspectiva pragmático-enunciativa. Essa perspectiva considera a língua “como o que permite construir e modificar as relações entre os interlocutores, seus enunciados e seus referentes” (MAINGUENEAU, 1997, p. 20).

### **A Comunicação midiática**

Segundo Charaudeau (2013), não existe uma situação de comunicação sem um contrato que determine quais são as restrições discursivas e formais da troca entre os sujeitos. Tais restrições são estabelecidas através das práticas sociais e instauradas pelos indivíduos de uma comunidade, que, assim, formalizam as convenções e as normas dos atos languageiros para que ocorra, de fato, a comunicação.

É necessário, então, para que o ato de linguagem seja satisfatório, que o locutor e o interlocutor sejam capazes de reconhecer as mesmas restrições da situação de comunicação. Enfim, que ambos reconheçam o contrato de comunicação que sobredetermina qualquer situação de troca languageira. Neste trabalho, estamos enfocando o contrato de comunicação midiático.

Para o autor, todo ato de comunicação midiático põe em relação duas instâncias: uma de produção e outra de recepção. A comunicação midiática, em particular, na instância de produção, tem o jornalista como sua principal figura e possui um duplo papel: o de fornecedor das informações e o de propulsor de consumir tais informações, e uma instância de recepção,

---

que, ao ser captada pela produção, manifesta seu interesse em consumir as referidas informações (CHARAUDEAU, 2013, p. 72).

A instância de produção da comunicação midiática compreende vários tipos de atores: os que dirigem o organismo de informação, os que programam, os operadores técnicos e os redatores de notícias. Todos contribuem para fabricar uma enunciação a qual concorre para um certo sucesso junto ao público. Para tanto, fabricam uma coenunciação, cuja intencionalidade corresponde a um projeto comum a esses atores e por ser assumida por esses atores, operadores do jornal, representa a ideologia do organismo da informação. Essa característica da comunicação midiática explica o motivo pelo qual é difícil encontrar o responsável pela informação.

A instância de recepção considera, nos estudos da mídias, que é o público o grande constituinte dessa referida instância. No entanto, ele não pode ser tratado de maneira global pelo fato da identidade social da instância de recepção ser um enigma para a instância de produção. Neste caso, o enunciador-jornal trabalha com hipóteses construídas através de pesquisas junto ao público, que se mostra heterogêneo e instável, entre outros movimentos de investigação, o que não deixa de manifestar apenas tentativas mais ou menos bem sucedidas, visto a imprecisão do destinatário ideal.

O papel do jornalista, por princípio, é o de transmitir as informações que muitas vezes preexistem ao ato de transmissão, o que faz com que este jornalista seja um simples relator após a devida coleta dos acontecimentos. Não cria, apenas transmite. Mas o jornalista não se restringe apenas às fontes e às transmissões, ele também descreve e comenta tais informações, segundo a lógica da captação.

Nesse âmbito, percebemos que essas duas instâncias vão ao encontro do que Charaudeau aponta a respeito da finalidade de comunicação midiático, que se estabelece numa tensão entre duas visadas: a de informação e a de captação. Assim postulada: “Uma visada de fazer saber, ou visada de *informação*, propriamente dita, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: *captar* as massas para sobreviver à concorrência”.(CHARAUDEAU, 2013, p.86)<sup>1</sup>

Cabe, então, às mídias saber transitar entre essas duas visadas, de modo, que seja possível alcançar a credibilidade dos leitores e também captá-los, sabendo que, em geral, quanto mais tendem para a captação, menos credíveis serão.

---

<sup>1</sup> Grifo nosso.

---

## Aspectos intertextuais: retextualização e sobreasseveração

Marcuschi (2004) denomina retextualização a passagem ou transformação do texto falado para o texto escrito. Para esse estudo, são identificadas as operações mais comuns realizadas nessas passagens do oral para o texto escrito.

O autor enfoca o processo de retextualização através de atividades de transformação, que dizem respeito às operações que vão além da regularização linguística, pois envolvem procedimentos de substituição, reordenação, ampliação/redução e mudanças de estilo, desde que não atinjam as informações como tal. “Seguramente, haverá, em consequência mudanças de conteúdo, mas essas não deveriam atingir o valor-verdade dos enunciados” (MARCUSCHI, 2004, p. 62).

Neste ponto, convém ressaltar o quanto o valor de verdade é negligenciado em função das escolhas lexicais de quem produz a matéria, questão que nos interessa particularmente, já que propomos analisar exatamente este aspecto da “infidelidade” da reenunciação. Através dos estudos em curso, percebemos que a retextualização oferece a manutenção de elo entre o texto-fonte, seu conteúdo e o derivado. No entanto, são flagrantes as marcas discursivas da voz do reenunciador que modifica a orientação argumentativa do texto original e registra um outro modo de significar muitas vezes alheio à intenção do produtor original da fala, fato que resulta em uma questão latente: quanto de um texto de uma manchete é do entrevistado e quanto é de seu reenunciador?

Já a noção de sobreasseveração é introduzida juntamente com sua correspondente, a de sobreasseverador (Maingueneau, 2008). Ela se caracteriza por possuir um enunciado breve, uma posição relevante no texto, ou em uma passagem do texto, também, por tratar-se de uma tomada de posição no interior de um conflito de valores e implicar um tipo que o autor nomeia de “amplificação” da figura do enunciador, manifestada por um *ethos*<sup>2</sup> apropriado.

O fenômeno da sobreasseveração está muito presente nas mídias contemporâneas por meio de enunciados destacáveis, que são retomados pelo próprio meio mediático e nomeados de *slogans*, por serem enunciados curtos, retirados de uma passagem do texto e fáceis de serem lembrados. Esse fenômeno é particularmente claro na imprensa escrita, que explora a sobreasseveração de várias maneiras, a começar pelos títulos dos artigos, cuja autonomização

---

<sup>2</sup> Ethos: imagem de si construída no discurso.

---

da sobreasseveração em relação ao texto de origem vai mais longe quando existe uma transformação do enunciado.

Isso não é de forma alguma um fenômeno exclusivo da imprensa popular, ainda que leve em conta a diversidade dos jornais (Maingueneau, 2008). É desse modo que o diário *O Globo*, que pretende ser um jornal de referência para as elites e classe média, recorre à sobreasseveração embora marcando sua diferença, ainda que superficialmente. Geralmente, os títulos sobreasseverados são salpicados por citações em aspas e em negrito. Podemos ver nisso o resultado de um compromisso entre a lógica da sobreasseveração e a necessidade de preservar o *ethos* objetivo, sério do jornal, que não dá o direito de modificar as falas citadas.

### Uma breve análise

Texto original publicado pelo jornal <i>O GLOBO</i> – dia 13 de setembro de 2014.	Texto retextualizado e transformado em citação (título), primeira página, caderno 1.
Retirado do discurso indireto de Dilma Rousseff:  Na série de sabatinas de <i>O GLOBO</i> , a presidente Dilma Rousseff defendeu o PT e sua coalizão dizendo que em todos os partidos há “gente corrupta e gente que não é corrupta”.	“EM TODOS OS PARTIDOS TEM GENTE CORRUPTA, diz Dilma

Este texto refere-se à série de sabatinas de *O Globo* com os presidentiáveis no ano de 2014. Esse quadro, em análise, acena para a então presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff, que na ocasião se defendia de denúncias de desvios de recursos da Petrobrás. Ao falar sobre as alianças costuradas em seu governo, afirmou que “em todos os partidos tem gente corrupta e gente que não é corrupta”. E defendeu que a democracia “não pode prescindir de partidos”.

---

Esta ocorrência nos traz a possibilidade de realizar uma reflexão significativa acerca do processo da retextualização. Na referida ocorrência não houve uma reordenação de conteúdo, ficando tudo na mesma sequência, contudo, ocorreu uma supressão drástica do conteúdo original ocasionando uma nova leitura, isto é, possibilitando a atribuição de um novo efeito de sentido ao enunciado proposto.

Analisaremos o enunciado destacado por partes. O texto aparece na primeira página do primeiro caderno. Todo o texto informativo está associado a uma imagem de Dilma Rousseff gesticulante e com semblante preocupado. O título é posicionado acima da imagem, em letras gigantescas, entre aspas e em negrito. Ou seja, o jornal considera a informação em destaque a mais importante daquele dia.

A partir da enunciação dita pela presidente Dilma: “Em todos os partidos há ‘gente corrupta e gente que não é corrupta’”, o enunciador jornal, no papel de “descriptor-comentador da informação” (CHARAUDEAU, 2013), reduziu a referida enunciação a: “Em todos os partidos tem gente corrupta”. A supressão drástica a que ficou exposto o enunciado original nos revela, primeiramente, que a “verdade” no discurso da informação está sujeita à “maneira” de reportar as palavras do oral para o escrito (MARCUSCHI, 2004). O enunciado foi submetido à operação de transformação com supressão de um sintagma que completava o sentido da enunciação-resposta da presidente. Nesse caso, o jornal pode alegar que houve uma redução do enunciado devido às próprias condições de espaço físico. No entanto isso não parece justificar a eliminação do sintagma “e gente não corrupta”, por produzir um “valor” falso, mascarar um enunciado ou ocultar uma intenção por meio do discurso retextualizado.

Ora, a maioria das citações ditas “textuais”, inclusive, postas entre aspas, e atribuídas literalmente ao político, sempre foram uma reconstrução, embora preservando a verdade e fidedignidade da informação. Segundo Marcuschi, nunca corresponderam realmente à fala do político. No entanto, a transformação reduzida feita pelo jornal *O Globo* revelou “mudança na perspectiva de interesse” (2004, p. 65). A quem interessa a falta de preservação da verdade? A que bloco social de leitores o jornal *O Globo* é direcionado em termos de um tu-idealizado? Quem adere a essas informações imaginando o leitor como tu-interpretante?

Um presidente da República tem uma identidade social, pela lei que determina, detendo-se a direitos, bem como submetendo-se a deveres especificados em lei. A identidade social de presidente da República de Dilma Rousseff, candidata à reeleição 2014, encontrava-se instável e sujeita a duas posições controversas: por um lado, a de defender e promover um projeto de sociedade ideal, propor um programa de realização do projeto e

---

engajar-se sem hesitação para que este se cumprisse, e, por outro lado, o de fornecer explicações e justificativas de valores e ações que cumpriu e que estavam sendo questionadas. Por seu comportamento e seus atos de linguagem, Dilma Rousseff construiu uma identidade discursiva de presidente determinada com objetivo definido de “fazer crer”. A enunciação original reativou a identidade social da presidente enquanto a enunciação retextualizada mascarou a enunciação criando uma falsa identidade discursiva negligente com a nação. É como se a reenunciação apontasse para um “E daí?”

A enunciação da presidente também nos sinaliza uma identidade discursiva de distanciamento por meio da qual adota uma atitude controlada, que analisa sem paixão, no bojo de um raciocínio à distância, e também de engajamento ao PT, optando por defendê-lo através de uma modalização ponderada apresentada em seu discurso e reportada pela retextualização sem esse “detalhe”, qual seja: “Em todos os partidos tem gente corrupta e *gente que não é corrupta*”.

Já a fala retextualizada, na figura do jornalista-editor, nos mostra uma identidade discursiva de Dilma engajada na defesa ao PT, de uma maneira generalizante – todo mundo é igual – e através de uma verdade apresentada como incontornável, sem possibilidades de discussão.

A supressão de parte do enunciado proferido por Dilma nos remete a outra análise preconizada por Maingueneau (2008): o fenômeno da Sobresseveração o qual abarca todos os casos em que enunciados curtos sobressaem nos textos, ou seja, são retirados do texto e eleitos pelo jornalista responsável para figurar em uma manchete destacada. Esta conversão gera, muitas vezes, um desacordo entre o locutor efetivo do enunciado e aquele que aparece como responsável pelo enunciado destacado, isto é, seu asseverador, o jornal.

Dilma diz: “Em todos os partidos há gente corrupta e gente que não é corrupta”. O texto transformado muda para: “Em todos os partidos tem gente corrupta”. O enunciado destacado é bem diferente. Vê-se que a retextualização eliminou modulações, de modo a reforçar a autonomia e o caráter lapidar do enunciado, a aproveitá-lo de modo a ser sobreasserido. Um movimento argumentativo em seis vocábulos, com modulações do locutor, é então transformado em uma frase única, uma espécie de sentença: “Em todos os partidos tem gente corrupta.”

Mas se o sujeito político, no caso Dilma, está, pelo seu lado, desejando defender suas ideias, tentando fazer com que os leitores acreditem nestas ideias, promovendo o seu melhor “discurso-defesa” com o intuito de angariar maior número de adesão e, por outro, o jornal *O*

---

*Globo*, na figura do editor que se coloca na posição de um co-enunciador “supostamente” delocutivo, mas implicitamente elocutivo, posição esta revelada pela sutil revelação de seu ponto de vista, também possui os mesmos propósitos de adesão dos leitores, definidos e revelados no universo do discurso, eis o conflito da legitimidade, na figura dos sujeitos de linguagem no contrato de comunicação midiático. Neste aspecto constatamos o desacordo, gerado pela conversão, entre Dilma, locutora efetiva, e o jornal, locutor que sobreassevera. Segundo Charaudeau, “tratar da verdade não é tarefa simples” (2014, p. 88), e atesta:

A identidade social da instância política se define através de um princípio de legitimidade, o qual fundamenta sua soberania. Apesar disso, a legitimidade através da soberania institucional não é una: varia em função da “posição” e dos “papéis” que os atores são levados a assumir nas situações de troca social nas quais estão engajados, o que faz com que variem os discursos que proferem. (CHARAUDEAU, 2009, p. 6-9)

Podemos também analisar esta fala sobreasseverada da presidente Dilma percebendo a assimetria da comunicação, já que “o ato de linguagem é um lugar de encontro imaginário de dois universos de discurso que não são idênticos” (2008, p. 45). Dilma (EUc), ao enunciar “em todo governo tem gente corrupta e gente não corrupta”, tenta fabricar uma imagem do sujeito destinatário (TUd), público eleitor, que acredita ser coincidente com a do sujeito interpretante que a legitima.

Em tempos difíceis, em que o próprio jornal adquire o estatuto de partido de oposição explícita, o EUc, na figura de Dilma, tenta organizar seu ato de linguagem nele colocando um EUe investido de autoridade, mas esta função está sendo partilhada também pelo jornal por dois motivos: primeiro, porque o editor-jornal muda o sentido do texto proclamando outra interpretação, e segundo, porque este parceiro-enunciador revela uma posição que manipula o interlocutor.

Segundo Charaudeau (2014, p.62), trata-se de um jogo enunciativo – de um jogo de ser e de parecer – entre o estatuto social dos sujeitos do circuito comunicativo (EUc/TU<sub>i</sub>) e o estatuto linguageiro dos sujeitos que a manifestação constrói (EUe/TUd). Consequentemente, o EUc-Dilma não ganha sua “aposta”. Não é considerada, portanto, como alguém revestida de legitimidade, pois é o EUe e não o EUc que produz o que se pode chamar de efeito de discurso.

É necessário introduzirmos, neste momento da análise, a “pista” que nos revela todo procedimento analítico da retextualização sobreasseverada que se realiza ancorado, de

---

maneira recorrente, pelo verbo “*dicendi*”. No discurso relatado, verifica-se a presença de diferentes vozes e “a heterogeneidade discursiva” (MAINGUENEAU, 2008, p. 48) através de citações em discurso direto e indireto. Percebemos a voz do outro sendo introduzida por um verbo “*dicendi*” e muitas vezes inserida sem neutralidade como atestamos no exemplo citado: “*dizendo...em todos os partidos tem gente corrupta... (e gente não corrupta)*”.

Segundo proposta de Maingueneau, o verbo “dizer” é um verbo avaliativo ligado à credibilidade e à legitimidade do redator da matéria em relação ao seu entrevistado. Podemos, portanto, atestar que o jornal *O Globo*, em questão, utiliza este recurso como efeito de imparcialidade e fidelidade, ao mesmo tempo que traduz as intenções de seu interlocutor, segundo o seu próprio ponto de vista, ou do grupo que ele representa.

De todo modo, a escolha lexical, tanto do verbo *dicendi* : “diz”, quanto do nome da presidente em exercício: “Dilma”, como podemos testificar no final do enunciado eleito pelo jornal—“diz Dilma”—nos remete ao fato de que imparcialidade total não existe. Realmente existe somente o efeito, já que o jornal encaminha a fala na direção à candidata e não à presidente. É a candidata que verbaliza tal opinião e é a candidata que defende o PT.

O verbo “dizer” também aparece nas falas dos outros candidatos à presidência da República no ano de 2014. Em suma, aparecem em todos os discursos diretos e indiretos precedidos do verbo *dicendi* e marcados por citações asseveradas incidindo ou não no julgamento do enunciador-jornalista.

Essa possibilidade de amostras, em um contexto favorável aos verbos “*dicendi*” – a eleição – em que evidenciamos a presença maciça de candidatos fazendo declarações diariamente, reforça o surgimento da retextualização, de um dito oral para um dito escrito, e da sobreasseveração, de uma fala projetada sobre outra fala.

À época da eleição, todo discurso retextualizado de Dilma Rousseff pela mídia impressa, através do Jornal *O Globo*, era uma resposta a críticas e a reações de protesto, daí seu enorme arsenal de amostras em verbos *dicendi* possibilitando-nos uma demonstração comparativa de um dito pelo não dito ou por um reescrito adulterado.

### **Considerações finais**

Nesse trabalho, procuramos investigar as falas proferidas por políticos e reportadas pelo Jornal *O Globo* por meio de manchetes narrativas. Nessa perspectiva, analisamos a

---

construção dos sentidos que emergem desses enunciados retextualizados, bem como a “fidelidade” dessa reenunciação no domínio midiático.

Para tanto, desenvolvemos esta pesquisa, no âmbito do contrato midiático de comunicação, mais especificamente, partindo de acontecimentos brutos em relação ao sentido de língua e alcançando acontecimentos construídos em relação ao sentido de discurso. No âmbito da encenação midiática, nos debruçamos sobre as estratégias de reenunciação mobilizadas para atingir as visadas de informação e de incitação sobre o interlocutor.

Constatamos, pela lógica da sobreasseveração, a subjetividade de quem produz a matéria ressaltando uma ideologia subjacente ao texto. A escolha ou destacamento do enunciado selecionado para figurar como manchete, muitas vezes, falseia ou adultera o efeito primeiro do sentido produzindo um desacordo entre o dizer do locutor efetivo e o do locutor-asseverador, fato este que nos responde parcialmente a hipótese proposta na introdução deste trabalho, qual seja, a suposição de que as vozes reenunciadas podem apontar para pontos de vista ideológicos diferentes dos pretendidos originalmente.

A análise mostrou também que as atividades de retextualização, como a supressão e substituição lexical, produzem efeitos de sentido diferentes dos pretendidos inicialmente segundo as falas dos personagens entrevistados, ora denegrindo, ora exaltando as imagens dos candidatos às eleições de 2014.

Por este aspecto, levar em conta todos esses fatores ao ler um texto-título, em especial títulos com referências ao momento político do país, permite ao leitor tornar-se independente no processo de interpretação, produzindo uma leitura crítica e consciente.

Por fim, queremos ressaltar que, este trabalho está em desenvolvimento e pode ser ampliado na direção da análise dos outros seis enunciados coletados. Como bem destaca Maingueneau (2009), “as citações podem ser verdadeiras ‘portas de entrada’, vias que nos conduzem a conjuntos de textos que estão associados a certos discursos, muitas vezes conflitantes”.

Perceber, afinal, esses conflitos nas teias discursivas das falas reportadas dos políticos focalizados por *O Globo* é a melhor forma de entender a complexa realidade política do Brasil.

## **REFERÊNCIAS**

---

AZEREDO, José Carlos de. *Fundamentos de Gramática do Português*: Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. *Les conditions de compréhension du sens de discours*. Rio de Janeiro. C/AD/UFRJ,1995.

\_\_\_\_\_. Identidade Social e identidade discursiva: fundamento da competência comunicacional. IN: PITROLUONGO, Márcia. (Org.) *O trabalho da Tradução*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009. p. 309-326.

\_\_\_\_\_. *Discurso das Mídias*: São Paulo: Contexto, 2013.

\_\_\_\_\_. *Linguagem e Discurso*. São Paulo: Contexto, 2014.

\_\_\_\_\_. ; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*: São Paulo: Contexto, 2014.

\_\_\_\_\_. *Discurso Político*: São Paulo: Contexto, 2015.

FIORIM, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço, tempo*. São Paulo: Ática, 1996.

KOCK, Ingedore. *Argumentação e linguagem*: Ed. São Paulo: Cortez,2004

OLIVEIRA, Ieda de. *O contrato de comunicação da literatura infantil e juvenil*: Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

MACHADO, Ida Lúcia. *A análise discursiva semiolinguística e a tradução*. Coll: consultoria de Língua Portuguesa e Literatura, Rio de Janeiro, Nov. 2000. Disponível em: [WWW.cooconsultoria.com/artigos8.htm](http://WWW.cooconsultoria.com/artigos8.htm).

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 3ed. Campinas: Pontes, 1997.

\_\_\_\_\_. *Cenas da Enunciação*: São Paulo: Parábola, 2008.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Da fala para a escrita: atividades de retextualização -5ed.-* São Paulo: Cortez, 2004.

PAULIUKONIS, M.A.& GAVAZZI, Sigrid.(organizadoras) *Texto e Discurso: Mídia, Literatura e Ensino*: Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.