

Análise do Discurso e a Leitura Crítica da Mídia¹

Rafaela Treib TABORDA²

Roseli FÍGARO³

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Este trabalho discute a importância de uma educação voltada para a leitura crítica da mídia e como a análise do discurso pode contribuir ricamente para a interpretação dos enunciados, resultando em coenunciadores conscientes de seus papéis sociais e incentivando o pensamento crítico a partir de uma visão pragmática de como se estrutura a comunicação. A partir da análise das manchetes dos jornais Zero Hora e O Estado de S. Paulo do dia 22 de maio de 2018, busca-se compreender os diversos valores linguísticos atrelados ao discurso verbal, as maneiras de persuadir o leitor através da ideologia dos signos e de pensar linguagem-sociedade-pensamento enquanto um eixo formador da subjetividade vinculados à ideia de educação dialógica e de leitura crítica para a prática de cidadania.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Educomunicação; Jornalismo; Leitura Crítica da Mídia; Linguagem.

Introdução

A linguagem está dialeticamente ligada à sociedade. Segundo Maingueneau (2002), pode-se analisar uma sociedade pelos discursos que produz, tendo em vista que a ação comunicativa é produto da representação da realidade de sujeitos inseridos em um espaço e um tempo determinados social e historicamente. Dessa maneira, faz-se necessário identificar os discursos presentes nas sociedades e, especialmente, nas mídias, sendo elas a representação das ideias que circulam nos grandes centros e irradiam suas ideologias ao senso comum.

Tendo em vista estas ideias, entende-se a necessidade de explorar mais métodos que privilegiam a análise dos discursos a fim de formar cidadãos conscientes da sua participação social e das influências às quais são diariamente expostos. Para tanto, recorreremos aqui aos estudos de língua e linguagem propostos por Saussure (1969) e do dispositivo comunicacional de Maingueneau (2002) para compreender a complexidade do processo comunicativo, suas intencionalidades e técnicas de persuasão visando estimular nos leitores o senso crítico.

Neste texto, serão realizadas análises dos enunciados de maneira a investigar minuciosamente fatores como a escolha lexical, a organização semântica e a construção de sentido através dos contextos. Dessa maneira, entende-se que ao final da análise será

¹ Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do Curso de Licenciatura em Educomunicação da ECA-USP. E-mail rafaela.taborda@usp.br

³ Docente da disciplina Linguagem Verbal nos Meios de Comunicação I do Curso de Licenciatura em Educomunicação da ECA-USP e orientadora do trabalho. E-mail: figaro@uol.com.br

possível identificar com clareza os elementos linguísticos e suas funções enunciativas, assim como as ideologias presentes no discurso, incentivando a leitura crítica da mídia.

A Leitura da Palavra-Mundo

Compreender que a palavra é fruto de históricas convenções sociais é um primeiro movimento de análise do discurso. Porém, é essencial compreender os valores que os signos carregam dentro da subjetividade humana, compreender o que Freire (2003) chama de *palavra-mundo*.

A leitura da palavra é sempre precedida da leitura do mundo. E aprender a ler, a escrever, alfabetizar-se é, antes de mais nada, aprender a ler o mundo, compreender o seu contexto, não numa manipulação mecânica de palavras, mas numa relação dinâmica que vincula linguagem e realidade (FREIRE, 2003, p. 7).

Por este motivo, deve-se compreender que “linguagem e realidade se prendem dinamicamente. A compreensão do texto a ser alcançada por sua leitura crítica implica a percepção das relações entre o texto e o contexto” (FREIRE, 2003, p. 9). Dessa maneira, identificando e analisando os cenários pelos quais cada jornal nasce e se desenvolve, é possível aproximar-se da ideologia que propaga.

De acordo com Perillo (2011),

O Jornal Zero Hora foi fundado em 4 de maio de 1964, atuando em concordância com a ditadura do Regime Militar (1964-1985), sucedendo o jornal da época que se chamava Última Hora. Zero Hora nasceu em um momento histórico de derrubada do Estado democrático, permanecendo de mãos dadas com os donos do poder político (p. 20).

Já o Estadão emerge de épocas mais distantes. Em seu relatório de responsabilidade corporativa de 2006, o próprio periódico relata sua história, iniciada em 4 de janeiro de 1875, com o nome A Província de São Paulo. Alegam ainda que “em plena escravidão, o jornal A Província de São Paulo nasceu em campanha pelo fim da monarquia e pela libertação dos escravos. Negros libertos trabalhavam na impressão do jornal”. Além disso, observa-se que, no mesmo cenário de ditadura militar vivido pela Zero Hora, o Estadão se posiciona da seguinte maneira:

Entre agosto de 1973 e janeiro de 1975, a censura do regime militar instalou-se na redação do Estadão. O jornal recusou-se a praticar a autocensura e para denunciar o autoritarismo à opinião pública recorreu à poesia. Versos de Os Lusíadas, de Camões, substituíram as partes censuradas dos textos e até páginas inteiras do jornal. (GRUPO ESTADO, 2003. p. 3)

Vale observar, ainda, que ambos os jornais são provenientes de regiões culturalmente e colonialmente diferentes. De acordo com o portal do governo de cada estado, suas histórias se diferenciam em alguns aspectos: os farrapos e os bandeirantes herdaram sua cultura e o modo de ver o mundo de lugares diferentes. Durante a ocupação das terras brasileiras pelos europeus, pelo tratado de Tordesilhas, o sudeste pertencia aos portugueses, enquanto o sul, aos espanhóis. Além disso, o processo de imigração se diferenciou nas duas regiões: o Rio Grande do Sul recebeu uma grande frota de alemães

e italianos, enquanto São Paulo se formou moldada por diversas outras culturas, como a japonesa, a africana e a portuguesa.

Seguindo essa concepção, é possível, a partir das ideias de Vygotsky (2004), entender como o pensamento é formado num processo social, tendo em vista que linguagem e pensamento possuem uma relação de construção mútua da subjetividade. Entende-se que “a realidade só tem existência para os homens quando é nomeada. Os signos são, assim, uma forma de apreender a realidade. Só percebemos o mundo que a nossa língua nomeia” (FIORIN, 2007, p. 56). Dessa maneira, percebe-se que os processos de denominação ocorrem em um cenário influenciado pelas diversas culturas imigrantes nas regiões, sob interferência de línguas de diferentes origens. Dessa maneira, a relação estabelecida entre os gaúchos e os paulistas e seus respectivos vocabulários se difere, tendo em vista que as palavras carregam diferentes valores de uso dentro de cada população.

Análise do Discurso pela Teoria dos Signos

Com base nas teorias abordadas, desenvolveu-se um trabalho em torno das variações linguísticas observadas entre publicações nos periódicos O Estado de São Paulo (Estadão) e Zero Hora (ZH), sediados em São Paulo e Rio Grande do Sul, respectivamente, sobre a alta do custo do combustível no país.

Considerando-se que a notícia é um texto descritivo e seu discurso é polêmico, pois possui certo grau de instigação e os conceitos enunciados são dirigidos como em um debate, é possível compreender com mais clareza as particularidades organizadoras que formam sua modalidade persuasiva (ORLANDI, 1983 apud CITELLI, 1986).

No dia 22 de maio de 2018, ambos os jornais publicaram como matéria de capa, dando semelhante destaque, as seguintes chamadas: “Presidente da Petrobrás descarta mudança na política de preços dos combustíveis” (ZERO HORA, 2018) e “Governo diz que não haverá mudança na política de preços da Petrobrás” (ESTADÃO, 2018).

FIGURA 1 - Manchete virtual do caderno “Economia” do Jornal Zero Hora



GASOLINA E DIESEL

Presidente da Petrobras descarta mudança na política de preços dos combustíveis

Pedro Parente disse que o governo pediu informações sobre a dinâmica do mercado e sobre como poderia considerar eventuais medidas para amenizar o impacto para os consumidores

**GAÚCHAZH.
ECONOMIA**

22/05/2018 - 11h37min
Atualizada em 22/05/2018 - 11h55min

(FONTE: JORNAL ZERO HORA, 22 DE MAIO DE 2018)

FIGURA 2 - Manchete virtual do caderno “Economia” do Jornal O Estado de S. Paulo

Governo diz que não haverá mudança na política de preços da Petrobrás

Segundo Minas e Energia, Moreira Franco, e o presidente da Petrobrás, governo ainda vai apresentar uma solução para reduzir o preço dos combustíveis que não será no âmbito da estatal

O Estado de S.Paulo
22 Maio 2018 | 11h58

(FONTE: JORNAL O ESTADO DE S. PAULO, 22 DE MAIO DE 2018)

De acordo com Citelli (1986, p 29), “pode-se [...] ler a consciência dos homens através do conjunto de signos que a expressa. As palavras no contexto perdem sua neutralidade e passam a indicar aquilo que chamamos propriamente de ideologias”. Dessa maneira, as distinções entre os discursos de ambos os jornais denunciam seus posicionamentos diante do fato, carregados de suas próprias convicções. Segundo Saussure (1969), “a linguagem verbal é uma rede de relações de semelhança e contiguidade em dois eixos: o paradigmático e o sintagmático”. O paradigma está relacionado à escolha das palavras, tendo em vista seus significados e seus impactos sociais; o sintagma, à contextualização da ideia através da ordem semântica estabelecida entre os signos escolhidos. Seguindo tal ideia, é possível observar que ambos os eixos são explorados de maneira a contribuir na construção do enunciado. Analisando esses aspectos, o enunciado ganha forma e valor social.

No eixo sintagmático ficam visíveis os agentes ativos e passivos da enunciação: para o ZH, o presidente da Petrobrás carrega o fardo da escolha, enquanto para o Estadão o governo é o decisor da ação. No eixo paradigmático, é possível compreender que a escolha das palavras e expressões colabora na construção da ideia: para o ZH, o autor “descarta a mudança”, enquanto para o Estadão, “não haverá mudança” sequer.

Nos lides, a informação permanece divergente: para o Estadão, “Segundo Minas e Energia, Moreira Franco, e o presidente da Petrobrás, governo ainda vai apresentar uma solução para reduzir o preço dos combustíveis que não será no âmbito da estatal”. Pelo sintagma e pelo paradigma, observa-se que:

1. Os fornecedores da informação, no lide, são dois: Minas e Energia, (o ministério, que é sintetizado em seu representante, Moreira Franco) e o presidente da Petrobrás (que não é nomeado);
2. O agente da ação continua sendo o mesmo do título: o governo;
3. Há a utilização de uma expressão verbal (vai apresentar) acompanhada de um advérbio de tempo (ainda), que trazem a ideia de uma ação futura prevista;
4. A palavra “solução” é utilizada em relação à ação feita para reduzir o preço do combustível.

Essa combinação paradigmática suporta o pensamento positivista de que uma solução ao problema será encontrada, muito provavelmente em breve, pelo governo.

Para o ZH, “Pedro Parente disse que o governo pediu informações sobre a dinâmica do mercado e sobre como poderia considerar eventuais medidas para amenizar o impacto para os consumidores”. Observa-se que:

1. O fornecedor da informação, no lide, é o agente da ação no título: Pedro Parente, o presidente da Petrobrás (que é nomeado);
2. O agente da ação no lide muda em relação ao do título: o governo passa a agir diante a situação;
3. Há a utilização de uma expressão verbal (poderia considerar) acompanhada de um adjetivo (eventuais), que trazem a ideia de uma ação futura pouco consolidada;
4. A expressão “amenizar o impacto” é utilizada em relação à ação feita para reduzir o preço do combustível.

A nova combinação proposta pelo jornal Zero Hora acarreta em um entendimento hipotético da situação, em que ideias são discutidas mas ainda mantêm-se distantes da aplicação prática.

Além disso, entende-se que, para o Estadão, o governo é capaz de encontrar uma solução para o problema dos preços do combustível, enquanto o ZH revela que, além de ser um processo lento, nenhuma solução será encontrada, restando a amenização dos impactos do aumento dos preços. Considerando-se a manchete e o lide em ambas as situações, pressupõe-se que, para o jornal que representa o Sul do país, a responsabilidade recai sobre Parente, que informou sobre os pedidos do governo e é o responsável por descartar as mudanças propostas. Já para o jornal do Sudeste, o governo é o agente principal da tomada de decisões e, apesar de ainda não ter apresentado uma solução, está encarregado de fazê-la.

Inusitadamente, reafirmando a ideia proposta por Maingueneau (2004) de que a internet proporciona “[...] um texto heterogêneo e em perpétua reconfiguração, em função das decisões de seu ‘leitor’[...]” (p. 82), o site do Estadão alterou sua manchete alguns minutos após sua publicação:

FIGURA 3 - Manchete virtual alterada do caderno “Economia” do Jornal O Estado de S. Paulo

Governo e Parente dizem que não haverá mudança na política de preços da Petrobrás

Segundo o ministro da Fazenda, Eduardo Guardia, ainda não há decisão tomada sobre medidas do governo para reduzir os valores cobrados pelos combustíveis na bomba; ‘em hipótese nenhuma passou pela cabeça do governo pedir qualquer mudança’, afirmou presidente da Petrobrás

O Estado de S. Paulo
22 Maio 2018 | 11h58

FONTE: JORNAL O ESTADO DE S. PAULO, 22 DE MAIO DE 2018

Dessa maneira, a análise em torno tanto da manchete quanto do lide se modifica: os agentes da ação e os fornecedores da informação se alteram, gerando um novo discurso.

Na manchete, o presidente da Petrobrás ganha papel ativo, junto ao governo, na ação de fornecer a informação. É atribuída a Parente a responsabilidade da fala. Além disso, observa-se uma drástica mudança no enunciado do lide:

“Segundo Minas e Energia, Moreira Franco, e o presidente da Petrobrás, governo ainda vai apresentar uma solução para reduzir o preço dos combustíveis que não será no âmbito da estatal” (VERSÃO 1)

“Segundo o ministro da Fazenda, Eduardo Guardia, ainda não há decisão tomada sobre medidas do governo para reduzir os valores cobrados pelos combustíveis na bomba; 'em hipótese nenhuma passou pela cabeça do governo pedir qualquer mudança', afirmou presidente da Petrobrás” (VERSÃO 2)

O ministro de Minas e Energia, Moreira Franco, é substituído pelo ministro da Fazenda, Eduardo Guardia. A apresentação de solução governamental prevista na primeira manchete (governo ainda vai apresentar uma solução) se anula na segunda (ainda não há decisão tomada sobre medidas do governo). Além disso, é possível observar que a segunda versão publicada pelo jornal traz uma mensagem do presidente da Petrobrás, que desmente a primeira versão do lide, dizendo que “em hipótese nenhuma passou pela cabeça do governo pedir qualquer mudança”.

Dessa maneira, é possível categorizar as informações analisadas para sintetizar as ideias perpassadas nos discursos, contribuindo para a construção comparativa acerca dos enunciados fornecidos:

ELEMENTO DA NOTÍCIA	ASPECTO DE ANÁLISE	ZERO HORA	ESTADÃO (VERSÃO 1)	ESTADÃO (VERSÃO 2)
MANCHETE	Quem toma a decisão?	Presidente da Petrobrás	Governo	Governo e Parente
	Qual a decisão?	Descarta a mudança	Não haverá mudança	Não haverá mudança
LIDE	Fornecedor da informação	Pedro Parente (Presidente da Petrobrás)	Minas e Energia (Moreira Franco) e Presidente da Petrobrás	Ministro da Fazenda (Eduardo Guardia)
	Agente da Ação	Governo	Governo	Governo
	Morfologia das palavras	Locução verbal (poderia considerar) e adjetivo (eventuais)	Locução verbal (vai apresentar) e advérbio de tempo (ainda)	Verbo negativedo (não há) e advérbio de tempo (ainda)
	Ação realizada	Amenizar o impacto	Solução	Não há decisão tomada

INTUITO DA MENSAGEM EM ZERO HORA

A responsabilidade da fala recai apenas no Presidente da Petrobrás. Eufemismos são constantemente utilizados para diminuir a força de ação de Parente perante a situação. O Governo aparece apenas como participante passivo na tomada de decisões.

INTUITO DA MENSAGEM EM ESTADÃO (VERSÃO 1)

A responsabilidade da fala recai em dois atores: Franco, representando o Governo, e Parente, representando a Petrobrás. Entretanto, pela escolha lexical é possível concluir que a ideia passada pela manchete é de que uma solução será encontrada pelo Governo, trazendo uma ideia positivista da precária situação. Parente aparece apenas como participante passivo na tomada de decisões.

INTUITO DA MENSAGEM EM ESTADÃO (VERSÃO 2)

A responsabilidade da fala recai novamente em dois atores, porém diferentes da primeira versão publicada: dessa vez, Guardia representa o Governo, e Parente, a Petrobrás. A ideia positivista abordada na primeira versão perde espaço para uma situação de instabilidade e incompatibilidade de informações, contribuindo para a manutenção do clima de insatisfação e preocupação do leitor paulista.

Análise do Dispositivo Comunicacional

Integrado à ideia discutida no estudo dos enunciados, Maingueneau (2002) ainda propõe uma análise da construção de um discurso por suas variáveis extralinguísticas, observando o contexto em que se insere, remetendo à ideia de Freire (2003) de que texto e contexto são partes inseparáveis para a compreensão de um discurso e, conseqüentemente, da realidade em que se ancora. Para Maingueneau, é necessário analisar quatro fatores circundantes de um enunciado, que, ainda que não estejam diretamente ligados à linguagem, são componentes fundamentais para a interpretação da mensagem: o dispositivo comunicacional.

O primeiro é a **mídia**, que trata do veículo em que a mensagem está sendo emitida. Assim como reforça McLuhan (2007), “o meio é a mensagem”, portanto, compreender o meio de comunicação em que o enunciado é veiculado possibilita uma interpretação mais precisa do discurso e de suas intenções. Ainda, segundo Amado e Guittet (1978), “as características do canal vão determinar as exigências e limites da transmissão da mensagem”. Dessa maneira, observa-se que o jornal, ainda que em sua versão virtual, tem função social como veículo de comunicação de maior credibilidade circulante atualmente. Seu formato impõe uma hierarquia informativa e uma sequência de exposição das informações, seguindo a forma culta do texto jornalístico. De modo geral, os leitores acompanham as notícias acreditando que elas são um índice do real e que os jornalistas não irão ultrapassar a fronteira entre a realidade e a ficção (TRAQUINA, 1999).

Em seguida, Maingueneau analisa o **público**, fator que está diretamente ligado ao eixo do paradigma - principalmente na escolha de termos e palavras -, tendo em vista que as variações diastráticas, diatópicas e diafásicas alteram as percepções da mensagem com base na familiaridade que o público tem com determinada língua e seus idioletos (ILARI & BASSO, 2006).

O público que entra em contato com as produções do ZH é jovem, com alto poder de consumo, sendo 67% pertencentes às classes A e B, 31% à classe C, e apenas 2% da classe D. (PERILLO, 2011, p. 21). Já o Estadão, de acordo com dados dos Estudos Marplan/EGM de janeiro a dezembro de 2013, na Grande São Paulo, tem 59% do seu público participante da classe B, 21% da classe A e 19% da classe C, não constando em seu acervo a presença da classe D enquanto consumidora do seu periódico. Além disso, constata-se que 22% do seu público tem entre 25 e 34 anos, e 21% entre 35 e 44 anos de idade, qualificando, majoritariamente, um público adulto. Dessa forma, é possível entender a visão propagada para duas gerações diferentes, de uma mesma classe socioeconômica, localizada em diferentes regiões do país.

Outro fator analisado pelo linguista é o **ambiente circundante**, que funciona como uma análise estratégica de como a mensagem vai ser exposta e o cenário - físico ou não - em que ela será emitida. Compreender o espaço auxilia na produção de enunciados com propostas bem definidas, fazendo surgir o efeito desejado. Tal análise do ambiente é o que permite entender, por exemplo, como o Estadão pode alterar a notícia em um período curto de tempo. A internet possibilita a reversibilidade dos textos, que podem ser editados e alterados independente da maneira e da data em que foram publicados. Além disso, por tratar-se de um ambiente virtual, ambos os jornais fazem uso de *hyperlinks* no corpo de suas notícias com temáticas ligadas ao assunto, trazendo um repertório opinativo em torno da mensagem central.

Por fim, observa-se o tema tratado pela mensagem: não somente sob o ponto de vista subjetivo do receptor, mas ver como o assunto foi repassado pelo enunciador - utilizando-se das técnicas de análise de discurso, dispostas no começo desta análise. Todo enunciado é, ainda que inconscientemente, pensado e estruturado mentalmente, seja pela exposição automatizada de um repertório - criado pela relação do indivíduo com a língua - que foi acumulado ao longo de sua experiência comunicativa; seja pelo ato de avaliar as condições em que o enunciado será exposto, a fim de criar uma combinação paradigmática condizente com a situação em que o emissor está inserido. No caso da criação jornalística, o segundo caso se aplica.

Considerações Finais

Pela observação dos aspectos analisados, a pesquisa em questão conclui que ambos os enunciados, do Estadão e do Zero Hora, se reproduzem em seus significados em decorrência de um processo linguístico histórico e de um contexto contemporâneo, impregnado por suas ideologias e visões de uma mesma situação. Além disso, observa-se que o jornalismo, ainda que esperado que seja um gênero textual imparcial, assim como qualquer enunciação, é carregado por suportes linguísticos que induzem o pensamento com base em suas significâncias. Tendo em vista que ainda é uma mídia que tem a seu favor sua credibilidade, a construção desse discurso deve ser analisada criticamente, sendo necessário encontrar o sentido oculto dos enunciados.

Através do estudo das manchetes, foi possível compreender a ótica de cada jornal e, a partir disso, ter consciência da pluralidade de opiniões, sendo capaz de estabelecer uma visão crítica acerca do tema retratado. Segundo Freire (2013, p. 100):

A educação problematizadora se faz, assim, um esforço permanente através do qual os homens vão percebendo, criticamente, como estão sendo no mundo *com que* e *em que* se acham. Se, de fato, não é possível entendê-los fora de suas relações dialéticas com o mundo, se estas existem independentemente de se eles a percebem ou não, e

independente de como as percebem, é verdade também que a sua forma de atuar, sendo esta ou aquela, é função, em grande parte, de como se percebiam no mundo.

Dessa maneira, compreende-se a importância de uma educação voltada à leitura crítica da mídia, mas, primordialmente, do mundo, como incentivo para uma geração capaz de pensar coletivamente, consciente do seu papel no mundo e da imprescindibilidade de uma visão crítica. Para tanto, faz-se necessário naturalizar a criticidade a partir da exposição à pluralidade, compreendendo o todo como construção de partes individuais e igualmente necessárias.

REFERÊNCIAS

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1986.

FIORIN, José Luiz. **Teoria dos signos** (p. 55-74). In: FIORIN, J. Luiz (org). Introdução à Linguística. São Paulo: Contexto, 2007.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 2003.

_____. **Pedagogia do Oprimido**. 54ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013

GRUPO ESTADO. **Relatório de Responsabilidade Corporativa 2005**. 28 de abril de 2006. Disponível em <http://www.estadao.com.br/ext/especial/extraonline/especiais/relatorio/integra.pdf>> Acesso em 22 de maio de 2018.

HISTÓRIA. Portal do Governo do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em <https://estado.rs.gov.br/historia>> Acesso em 22 de maio de 2018.

HISTÓRIA. Portal do Governo do Estado de São Paulo. Disponível em <http://www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/historia/>> Acesso em 22 de maio de 2018.

ILARI, Rodolfo; BASSO, Renato. **O Português da gente: a língua que estudamos, a língua que falamos**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

LISBOA, Sílvia Saraiva de Macedo. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência**. 2012, 112 p. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54507/000851927.pdf?sequence=1>> Acesso em 23 de junho de 2018.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem: understanding media**. São Paulo: Cultrix, 2007.

ORLANDI, Eni. **A linguagem e o seu funcionamento**. São Paulo: Brasiliense, 1983 (in CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1986.)

PERFIL DOS LEITORES, in Dados de Mercado - Estadão. Disponível em <<http://publicidade.estadao.com.br/estadao/estadao-dados-de-mercado/>> Acesso em 22/05/2018.

PERILLO, Luise Selistre. **A sustentabilidade na mídia impressa**: análise dos jornais Zero Hora e Diário Gaúcho. p 17-21. 2011

RODRIGUES, Lorena, et. al. **Governo diz que não haverá mudança na política de preços da Petrobrás**. *O Estado de S. Paulo*: Economia. 22 de maio de 2018. Disponível em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,governo-diz-que-nao-havera-mudanca-na-politica-de-precos-da-petrobras,70002319076>> Acesso em 22 de maio de 2018.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1969.

SCHUCH, Mateus. **Presidente da Petrobrás descarta mudança na política de preços dos combustíveis**. *Zero Hora*: Economia. 22 de maio de 2018. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2018/05/presidente-da-petrobras-descarta-mudanca-na-politica-de-precos-dos-combustiveis-cjhhs9319073o01pab4paaj6m.html>> Acesso em 22 de maio de 2018.

TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

VYGOTSKY, Lev S. **Pensamento e linguagem**. São Paulo, Martins Fontes, 2005.