

## Jornalismo e a lógica transversal do imaginário

**Resumo:** O discurso jornalístico é um *discurso sobre*, sendo percebido ou como “naturalmente” vocacionado para refletir a realidade ou como “evidentemente” utilizado para construí-la, a depender da perspectiva teórica adotada. De qualquer ponto de vista, porém, o jornalismo é habitualmente debatido sob a luz conceitual da ideologia, responsável, no caso dos quadros teóricos que trabalham com a linguagem, por grande parte da explicação do movimento discursivo de formação dos sentidos. Considerando especialmente as contribuições de Jung e Durand, este texto se propõe a problematizar o lugar central dado à ideologia neste tipo de reflexão, propondo incorporar ao debate sobre o jornalismo a lógica transversal do imaginário.

**Palavras-chave:** jornalismo, imaginário, discurso

**Abstract:** The journalistic discourse is a *discourse about*, being perceived as “naturally” vocationed to reflect reality or “evidently” used to build it, depending on the adopted theoretical perspective. In any point of view, though, journalism is usually debated under the ideologic conceptual light, responsible for a big part of the explanation of the sense formation discursive movement, in the case of theoretical pictures working with language. Specially considering Jung and Durand contributions, this text proposes to problematize the central place given to ideology in this kind of reflexion, proposing to incorporate to the journalism debate the transversal logic of the imaginary.

**Key words:** journalism, imaginary, discourse

**Resumen:** El discurso periodístico es un discurso sobre y se lo percibe o con una vocación "natural" para reflexionar la realidad o con una capacidad "evidente" para construirla, dependiendo de la perspectiva teórica adoptada. Desde cualquier punto de vista, sin embargo, el periodismo es habitualmente debatido a la luz conceptual de la ideología, responsable, en el caso de los cuadros teóricos que trabajan con el lenguaje, por gran parte de la explicación del movimiento discursivo de formación de los sentidos. Considerando especialmente las contribuciones de Jung y Durand, este texto propone problematizar el lugar central dado a la ideología en este tipo de reflexión, planteando incorporar al debate sobre el periodismo la lógica transversal del imaginario.

**Palabras clave:** periodismo, imaginario, discurso.

## Jornalismo e a lógica transversal do imaginário

*Os pássaros voam porque não têm ideologia.*

(Millôr Fernandes)

*A crença faz parte da prosa da vida; o imaginário, da poesia existencial. Todo imaginário é uma leitura. Toda crença, uma inscrição. Todo imaginário é uma interpretação. Toda crença, uma explicação. Todo imaginário é um comentário, uma narrativa. Toda crença, uma definição, uma assinatura.*

(Juremir Machado da Silva)

### 1. Introduzindo a questão

Há muitos modos de definir o jornalismo, mas ele será sempre, essencialmente, *um discurso*. É da sua natureza ser discursivo, já que a linguagem lhe é inerente, indo muito além do mero uso instrumental de regras e códigos. Quando nos debruçamos sobre o seu caráter discursivo, estamos tratando de algo que lhe é inextricável: o jornalismo só existe, como produto (e efeito), quando se materializa em algum lugar. Este “lugar” é o texto, verbal ou não verbal, e o conjunto desses textos configura um gênero de discurso de grande complexidade.

O discurso jornalístico é o que se costuma chamar de *discurso sobre*, porque remete à realidade – em princípio e em tese toma o real como referente, embora talvez apenas como princípio e como tese. Como consequência dessa intenção de referencialidade, ocorre um posicionamento do jornalista como observador neutro.

A busca do distanciamento e da objetividade – a capacidade de narrar um fato sem que essa narrativa seja matizada por preconceitos, sensações, impressões ou predileções de quem narra – é uma discussão cara ao jornalismo, tanto recusada quanto retomada obsessivamente, mas raramente posta na cena de um avanço rumo a um novo paradigma. Parece-me essencial iluminar o entorno da questão, introduzindo, na reflexão,

elementos que a desestabilizem. Não falo apenas da problemática da objetividade, que ao final é apenas uma das tantas questões estruturadoras do discurso jornalístico, e sim de um tipo de olhar que tem sido dirigido ao jornalismo – refiro-me a uma prática que tem iluminado apenas parte do palco, deixando na sombra o fundo, os recantos e a platéia.

Para deixar claro de onde falo, meu recorte epistemológico é o da Análise de Discurso, e por isso ressaltai a importância da linguagem para o jornalismo. Embora haja muitas possibilidades teóricas para problematizar o jornalismo, o fato é que ele *é em essência* um discurso. No limite e ao final, discurso *é tudo o que ele é*. Aos que não trabalham com os estudos da linguagem, essa afirmação pode parecer redutora. É preciso compreender, porém, que um discurso é um processo – no caso do jornalismo, um processo longo, complexo e propenso a interferências de todos os tipos.

A Análise do Discurso (AD) é uma perspectiva teórica bastante apropriada para compreender o jornalismo, porque seus pressupostos consideram o que é exterior ao discurso. A formação social, a história, a memória, o poder e a constituição das identidades são tão importantes, para a compreensão do funcionamento do discurso, quanto as vozes, as marcas discursivas e os efeitos de sentido. O que é “exterior” ao discurso acaba determinando o que lhe é “interior”. O fato de a AD ser uma perspectiva apropriada, porém, não a torna suficiente. Quanto mais avanço nos estudos do discurso, mais me convenço de que sua lógica está correta. Ao mesmo tempo, percebo a necessidade de um deslocamento do conceito de ideologia, cedendo espaço para introduzir, no eixo da perspectiva teórica, a noção de imaginário. Se para outros gêneros de discurso isso parece interessante, para o jornalismo me parece urgente.

## **2. Ideologia: um conceito para circunscrever**

Sabemos que a escola francesa surge nos anos 60<sup>1</sup> do século XX, na confluência especialmente entre a lingüística, o marxismo e a psicanálise<sup>2</sup>. Sob a égide do estruturalismo, a AD é afetada por duas rupturas (ORLANDI, 2001b) que marcam o horizonte intelectual francês da época: por um lado, o avanço da lingüística permitia não mais considerar o sentido apenas como conteúdo, ou seja, era possível avançar da análise sobre *o que* um texto queria dizer para *como* esse texto funcionava; por outro lado, havia uma nova compreensão do ato de leitura, que deixava de ser apenas decodificação e passava a se constituir como um dispositivo teórico.

Reconhece-se a impossibilidade de se ter acesso a um sentido escondido em algum lugar atrás do texto. A questão do sentido torna-se a questão da própria materialidade do texto, de seu funcionamento, de sua historicidade, dos mecanismos dos processos de significação. A Análise do Discurso é a disciplina que vem ocupar o lugar dessa necessidade teórica, trabalhando a opacidade do texto e vendo nesta opacidade a presença do político, do simbólico, do ideológico [...]. (ORLANDI, 2001b, p. 21).

Foucault traz o conceito de Formações Discursivas, mas é Pêcheux quem sistematiza as Formações Ideológicas e Formações Imaginárias, estabelecendo assim o que se pode compreender como o eixo conceitual mínimo da AD. Em princípio, poderia parecer que Pêcheux ofereceu um lugar à ideologia e um lugar ao imaginário. Vemos, porém, que a ideologia<sup>3</sup> é determinante no quadro conceitual da Análise do Discurso.

O conceito de processo discursivo é elaborado a partir da noção foucaultiana de sistema de formação compreendida como conjunto de regras discursivas que

---

<sup>1</sup> Até os anos 50, predominava a visão da Lingüística de Ferdinand de Saussure, para quem a língua é um código informativo. Surge então a análise do discurso, a partir de duas novas frentes teóricas: de um lado, o trabalho de Zellig Harris; de outro, Mikhail Bakhtin, Roman Jakobson e Émile Benveniste. Grosso modo, podemos dizer que, na linha de Harris, temos os desdobramentos da Filosofia da Linguagem, com nomes como Austin, Searle, Wittgenstein e Chomsky; e na linha de Bakhtin temos os desdobramentos da escola francesa, com Foucault, Pêcheux e Ducrot, entre outros.

<sup>2</sup> De modo muito sintético, podemos dizer que a AD se constitui no espaço de questões postas por essas três regiões do conhecimento. Da lingüística, traz a não-transparência da linguagem e os processos de enunciação; da psicanálise, traz a ruptura com o cartesianismo e a inserção de uma nova subjetividade; do marxismo, traz o materialismo histórico e a teoria das formações sociais.

<sup>3</sup> Sobre ideologia, sugerimos Eagleton (1997), Löwy (1988), Ricouer (1977) e o livro *Da Ideologia* (1983).

determinam a existência dos objetos, conceitos, modalidades enunciativas, estratégias. *A preocupação de Pêcheux é inscrever o processo discursivo em uma relação ideológica de classes [...]* (BRANDÃO, 2002, p. 34; grifo nosso).

Uma das grandes conquistas da AD é compreender o sujeito em seu mecanismo de dispersão. O indivíduo, este mesmo indivíduo que parece viver em busca de “uma” identidade, é capaz de se mover incessantemente entre diversas posições de sujeito. Está à deriva e ancora à medida de suas necessidades. Ancora e parte para uma nova posição. Parte e volta. A idéia da dispersão, que encontramos em Foucault (1995), se soma à de interpelação, que é trazida de Althusser (1985), e assim se constrói o quadro que explica a movimentação de quem fala (e lê) entre as mais diversas posições de sujeito. A interpelação é um mecanismo da ideologia. Segundo Althusser (1985, p. 96), “toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito”.

É evidente que quem fala o faz de um lugar: ocorre um posicionamento para enunciar. Do mesmo modo, quem lê o faz de um certo lugar, posicionando-se para interpretar. Esse raciocínio, aqui grosseiramente simplificado, é bastante rico, complexo e está largamente fundamentado na AD<sup>4</sup>, porém está marcado pelo viés da ideologia.

[...] também a relação com o mundo é constituída pela ideologia; *a ideologia é vista como o imaginário que medeia a relação do sujeito com suas condições de existência*. No discurso, o mundo é apreendido, trabalhado pela linguagem e cabe ao analista procurar apreender a construção discursiva dos referentes. A ideologia é, pois, constitutiva da relação do mundo com a linguagem, ou melhor, ela é condição para essa relação. Não há relação termo-a-termo entre as coisas e a linguagem. São ordens diferentes, a do mundo e a da linguagem. Incompatíveis em suas naturezas próprias. A possibilidade mesma dessa relação se faz pela ideologia. (ORLANDI, 1994, p. 56; grifo nosso).

Para a AD, “[...] não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 2001b, p. 63). Estruturalmente, conseguimos acompanhar esta lógica: o discurso é um *efeito de sentido* do que lhe é exterior. Este “exterior” diz respeito à formação social de quem enuncia e de quem lê, ao momento histórico e à sua inserção

---

<sup>4</sup> Sobre os fundamentos da Análise de Discurso, recomendamos especialmente Brandão (2002), Foucault (1995), Maingueneau (1989, 2004) e Orlandi (1996, 2001a, 2001b).

neste contexto, à sua cultura, à sua maneira de ver o mundo, às condições específicas de existência de um discurso em particular: em suma, diz respeito à ideologia.

No caso do discurso jornalístico, é possível pensar em algumas dessas condições específicas de existência. Sabemos que é um discurso que deve ser sempre compreendido à luz de uma época histórica e não pode ser isolado da reflexão sobre suas condições de produção. Também é um discurso que não pode ser apartado do contexto político e econômico em que se insere, pois é reconhecidamente formador de opinião e, por isso, potencialmente gerador de poder. Todas essas questões concernem ao que Pinto (1999, p. 40) chama de “mundo do *ideológico* e do *poder*”.

Analisando o discurso, teríamos as Formações Discursivas, reunindo sentidos, temas ou qualquer espécie de regularidade<sup>5</sup> que se esteja buscando neste sistema incrivelmente disperso que é o discurso, e “por trás” delas teríamos as Formações Ideológicas – estas estão fora do texto, são anteriores a ele e o determinam. Para a AD, as Formações Ideológicas dizem respeito a tudo que interfere neste posicionamento do sujeito para enunciar ou interpretar, e este “tudo” está fortemente associado ao tal “mundo do ideológico e do poder”. O processo de assujeitamento, que diz ao indivíduo para se posicionar desta ou daquela maneira (para dali então enunciar), também seria o responsável pelo que este mesmo sujeito poderia ou não dizer.

Seria ingênuo negar o valor dessa lógica, em particular quanto ao gênero jornalístico, cuja credibilidade está apoiada em uma série de crenças construídas historicamente, e cujo entorno está tão fortemente relacionado a interesses de grupos diversos. No entanto, ainda assim a lógica é insuficiente, porque deixa de fora o que não é determinável pela ideologia, pelos interesses de classe ou de grupos, pela formação social ou histórica. A tarefa é árdua, porém. Que lugar teria o imaginário em um processo discursivo que se compreende como narrador objetivo da realidade?

---

<sup>5</sup> O analista de discurso busca reunir o que está disperso no interior de uma prática discursiva. “No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* – evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e conseqüências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como ‘ciência’, ou ‘ideologia’, ou ‘teoria’, ou ‘domínio da objetividade’” (FOUCAULT, 1995, p. 43).

### 3. Imaginário: um conceito para libertar

Um dos conceitos mais interessantes da AD é o de Formações Imaginárias. Sistematizadas por Pêcheux (1990), remetem à idéia que o sujeito falante faz de si e de seu receptor, estando presentes também no interlocutor, no momento em que se constitui como leitor do discurso. O sujeito sempre reflete sobre si e sobre o outro. O que fala se pergunta: “quem sou eu para lhe falar assim?” e “quem ele é para que eu lhe fale assim?”. Também o interlocutor se pergunta: “quem sou eu para que ele me fale assim?” e “quem é ele para que me fale assim?” (PÊCHEUX, 1990, p. 83).

Não é difícil compreender a importância desse conceito para o jornalismo. A imagem do jornalista sobre si mesmo, sua profissão, sua identidade como participante de uma comunidade discursiva é tão definidora, na constituição de seu discurso, quanto a imagem que faz de seu leitor<sup>6</sup>, do que ele deseja saber e do que ele supostamente *precisa* saber. A competência discursiva do leitor é subentendida pelo jornalista, como são subentendidos seus interesses e seu conhecimento. De parte a parte, o jogo é de imagens, sobre si, sobre o outro, sobre a profissão e sua identidade, sobre o *ethos* jornalístico, seus valores e seus interditos. Todas essas imagens, porém, ainda parecem determinadas ideologicamente, circunscritas pela história, por um valor de classe ou de grupo, por interesses econômicos, políticos e de disputa pelo poder.

Se pensarmos no jornalismo como um *discurso sobre*, veremos que, teoricamente, ele tem sido visto principalmente sob duas perspectivas: ou como “naturalmente” vocacionado para refletir a realidade ou como “evidentemente” utilizado para construí-la. De qualquer ponto de vista, o eixo balizador do debate habitualmente tem sido a ideologia, e o paradigma, o da objetividade. No entanto, o interesse pelo jornalismo ultrapassa o caráter redutor, esquemático, operatório e dominador da ideologia.

Para Motta, é fundamental percebermos o jornalismo como uma narrativa permeada igualmente de *logos* e de *mythos*:

---

<sup>6</sup> Não importa a que veículo estamos nos referindo: como falamos de discurso, é sempre um “leitor”.

A linguagem jornalística, pela própria natureza da notícia estará sempre repassando objetividades concretas, por um lado, enquanto, por outro, sugere subjetividades que conduzem a ambíguas apreensões do real, apesar do esforço de linguagem dos jornalistas para manter o seu texto próximo aos referentes empíricos. Implícita ou explicitamente o universo mítico habita de maneira contraditória a linguagem jornalística e estimula interpretações diversas, às vezes, para muito além do sentido apenas informativo pretendido. *A notícia é uma linguagem particularmente suscetível às interpretações sutis porque lida com o delito, o conflito, o acidental, trabalha com a emoção e sua leitura gera tensões porque nos conta sempre algo extraordinário, e o faz tendencialmente de forma dramática, salientando as rupturas ou o lado negativo das coisas.* Por mais histórico que o jornalismo pretenda ser, a sua linguagem estará sempre sujeita a interpretações lógicas e míticas, ora tendendo para um, ora para outro lado, de acordo com as circunstâncias de sua produção ou de sua recepção. (MOTTA, 2003, p. 10; grifo nosso).

Sendo um discurso, o jornalismo se dá entre interlocutores, os sentidos se constituem por um processo ativo do sujeito, tanto o jornalista quanto o leitor. Quem é esse sujeito? O que o move? O que o paralisa? As respostas que dizem respeito ao campo ideológico já nos são conhecidas: formação social, contexto histórico, interesses econômicos, práxis grupais. Sem desconsiderá-las, mesmo porque sempre serão constitutivas do discurso jornalístico, é preciso iluminar outros lugares e avançar para a lógica transversal do imaginário. Esta, porém, é uma discussão extremamente complexa<sup>7</sup> e que também exige alguma filiação teórica. Minha preferência é pela reflexão sistematizada por Gilbert Durand, não apenas por seu caráter exaustivo, mas também pela recuperação dos regimes diurno e noturno da imagem, propostos por Bachelard, e pela utilização da noção de arquétipo de Jung.

Fazendo uma breve síntese, podemos dizer que, para Durand, a morte – e o tempo, que a simboliza – é o motor da angústia humana, e o homem cria imagens por meio das quais possa superá-la. Durand estrutura as imagens em dois regimes. O *regime diurno* reúne as imagens que dividem o mundo em opostos, as imagens que seccionam, separam e distinguem; neste regime, a resolução da morte e da passagem do tempo se dá simbolicamente pelo herói que enfrenta o monstro. O *regime noturno* reúne as imagens que unem os opostos e conciliam; neste regime, há dois tipos de simbolização possíveis:

---

<sup>7</sup> Sobre o imaginário, sugerimos Durand (2001), Morin (1987) e Maffesoli (1995, 2001).



ou o homem cria um universo harmonioso no qual possa entrar, ou estabelece uma visão cíclica do tempo em que toda morte significa, ao mesmo tempo, renascimento.

No sistema proposto por Durand, são os arquétipos que dão origem aos símbolos, e é só neste momento que a cultura é introduzida. Os arquétipos são a zona matricial da idéia, são imagens primordiais, de caráter sempre coletivo. Jung compara os arquétipos aos cristais, cuja estrutura é sempre a mesma, mas cuja forma concreta é variável.

O mesmo [que com os cristais] se dá com o arquétipo: a princípio ele pode receber um nome e possui um núcleo de significação invariável, o qual determina sua aparência, apenas a princípio, mas nunca concretamente. *O modo* pelo qual, por exemplo, o arquétipo da mãe sempre aparece empiricamente, nunca pode ser deduzido só dele mesmo, mas depende de outros fatores (JUNG, 2003, p. 91; grifo do autor).

O símbolo é a ilustração concreta do arquétipo, e dos símbolos chegamos ao topo do sistema imaginário de Durand, que são os mitos. Não vamos nos estender nessa estrutura<sup>8</sup>, mas queremos reafirmar o valor dos arquétipos porque os entendemos como os motores do imaginário e, nesse sentido, devem ser buscados também no jornalismo – nas necessidades que movem os leitores em direção a esse discurso, nas leituras e apreensões feitas de notícias, temas e opiniões, nas necessidades que movem os jornalistas em direção a esse mesmo discurso<sup>9</sup>.

O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo portanto uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e portanto não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de *complexos*, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de *arquétipos*. O *conceito de arquétipo*, que constitui um correlato indispensável da idéia do inconsciente coletivo, indica a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar (JUNG, 2003, p. 53; grifos do autor).

---

<sup>8</sup> Recomendando a leitura de Durand (1997) e Mello (1994).

<sup>9</sup> Motta (2000, 2001, 2003) tem avançado na investigação de um jornalismo que pressupõe o imaginário, propondo o que chama de análise arquetípica da notícia, narratologia e pragmática do jornalismo.

Se considerarmos a contribuição de Jung e o sistema de Durand, e se tomarmos o jornalismo como o mais autorizado narrador contemporâneo “do real”, talvez seja preciso adotar uma nova postura investigativa nos estudos do discurso jornalístico. Em vez de textos específicos, com recortes pequenos e olhar em profundidade, como vem sendo tradicional em Análise do Discurso, deveríamos nos colocar a tarefa de olhar o jornalismo com espírito extensivo, em busca de modelos estruturadores que se repetem. Com recortes que abranjam períodos mais longos de tempo, com quantidades maiores de textos, considerando as contribuições teóricas que constituem os sujeitos como interlocutores presentes no discurso não apenas como um efeito ideológico e abertos ao olhar que busca a identificação dos motores arquetípicos, podemos chegar, como pesquisadores, a novas conclusões sobre o jornalismo, que nos levem a uma mudança de paradigma. Pensando pelo viés da ideologia, temos visto o jornalismo como o lugar de expressão da singularidade. Talvez, com uma análise que não desdenhe do imaginário e ganhe distanciamento para localizar os modelos e padrões que se reiteram ao longo do tempo, possamos ver que o universal é mais importante do que temos habitualmente considerado nos estudos sobre o jornalismo.

### **Referências Bibliográficas**

- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 2.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 8.ed. Campinas: Unicamp, 2002.
- DA IDEOLOGIA. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário: introdução à arquetipologia geral**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

- DURAND, Gilbert. **O Imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. 2.ed. Rio de Janeiro: Difel, 2001.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: Unesp e Boitempo, 1997.
- FERNANDES, Millôr. **Millôr Definitivo**: a bíblia do caos. Porto Alegre: L&PM, 2002.
- FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- JUNG, Carl Gustav. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- LÖWY, Michel. **Ideologias e Ciência Social**: elementos para uma análise marxista. 4.ed. São Paulo: Cortez, 1988.
- MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MAFFESOLI, Michel. O Imaginário é uma Realidade. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes, 1989.
- MAINGUENEAU, Dominique. Análise de Discurso: a questão dos fundamentos. **Cadernos de Estudos Lingüísticos**. N. 19. Campinas: Unicamp, jul.-dez. 1990.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- MELLO, Gláucia Boratto R. de. Contribuições para o Estudo do Imaginário. **Em Aberto**. Brasília, n. 61, jan.-mar. 1994.
- MORIN, Edgar. **O Método III**: o conhecimento do conhecimento. Lisboa: Europa-América, 1987.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Psicanálise do Texto**: a mídia e a reprodução do mito na sociedade contemporânea. Anais do 9. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. IX Compós. Porto Alegre, 2000.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da Notícia e Imaginário. **Comunicação e Espaço Público**. Brasília, Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Ano IV, n. 1, jan.-jul. 2001.

- MOTTA, Luiz Gonzaga. O Jogo entre Intencionalidades e Reconhecimentos: pragmática jornalística e construção de sentidos. **Comunicação e Espaço Público**. Brasília, Universidade de Brasília. Faculdade de Comunicação. Ano VI, n. 1 e 2, jan.-dez. 2003.
- ORLANDI, Eni. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Em Aberto**. Brasília, n. 61, jan.-mar. 1994.
- ORLANDI, Eni. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 3.ed. Campinas: Pontes, 2001a.
- ORLANDI, Eni. **Discurso e Texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas: Pontes, 2001b.
- PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A Propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, Françoise; HANK, Tony (org.). **Por uma Análise Automática do Discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Unicamp, 1990.
- PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso**. São Paulo: Hacker, 1999.
- RICOUER, Paul. **Interpretação e Ideologias**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- SILVA, Juremir Machado da. **As Tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.