

O sujeito urbano e a notícia impressa – novos percursos de leitura

Telma Domingues da Silva

Universidade do Vale do Sapucaí (UNIVÁS), Pouso Alegre, Minas Gerais, Brasil
telmadds@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.21165/el.v45i3.817>

Resumo

Este artigo é parte de uma reflexão sobre a significação do jornal para o sujeito urbano e a sua presença na cidade, no espaço urbano, empreendida a partir do instrumental teórico e metodológico da Análise de Discurso. Dada a distinção proposta por Orlandi (2001a) entre constituição, formulação e circulação dos discursos, parto de uma compreensão de *jornal* como *texto* (SILVA, 2011): o jornal tem sido um modo pelo qual a prática discursiva da imprensa formula-se, voltando-se ao sujeito urbano. Na migração do jornal para o digital, podemos questionar como se produz a sua unidade textual e a identificação do sujeito urbano pela atualidade.

Palavras-chave: prática jornalística; sujeito urbano; discurso digital.

El sujeto urbano y la noticia impresa – nuevos caminos de la lectura

Resumen

Este artículo hace parte de una reflexión sobre el significado del periódico para el sujeto urbano y su presencia en la ciudad, en el espacio urbano, emprendida a partir de las herramientas teóricas y metodológicas del Análisis del Discurso. Teniendo en cuenta la distinción propuesta por Orlandi (2001a) de la constitución, formulación y circulación de los discursos, parto de una comprensión de *periódico* como *texto* (SILVA, 2011): el periódico ha sido un modo por que se formula la práctica discursiva de la prensa, volviéndose para el sujeto urbano. En la migración del periódico a digital, nos cuestionamos cómo se produce su unidad textual y la identificación del sujeto urbano de hoy.

Palabras clave: práctica periodística; sujeto urbano; discurso digital.

Introdução

Este trabalho retoma e aprofunda questões que foram abordadas inicialmente no contexto de um projeto que coordenei na UNIVÁS entre 2010 e 2012, que nomeei “Discurso jornalístico, mídia e sujeito: práticas textuais nas tecnologias de linguagem”. Na ocasião, observei que se colocava para o jornalista uma questão em relação ao jornal: se este,

identificado como jornal impresso, estaria ameaçado em função da concorrência com o jornalismo digital.¹

Assim, a tecnologia digital representa uma crise para a imprensa escrita, sobretudo no caso do jornalismo diário, diferente da crise anteriormente experimentada com a televisão, a partir da realização de um jornalismo eletrônico, em que também funciona a designação *jornal*. O *Estado de São Paulo*, a *Folha de São Paulo* e o *Jornal do Brasil* respondem diferentemente a essa crise mais atual, mas todos se voltam para o reforço de uma identidade corporativa do jornal, através da marca traduzida em elementos gráficos, os tipos exclusivos, por exemplo, a *Folha* volta a utilizar a fonte *Folha serif* e o *Estado* cria a fonte *Estado headline*. Ou seja, há investimento no jornal enquanto produto/mercado, valorizando a comunicação com o consumidor por elementos do seu *design* que o significam enquanto tal.

Em 2010, o *Estado* manteve duas redações integradas; a *Folha* uma só redação para a produção do jornal impresso e do jornal *on line* e o *JB* passou a funcionar apenas na versão digital. As empresas, portanto, relacionam-se de formas diferentes com o leitor do jornal, mas também de formas diferentes com o seu trabalhador, o jornalista ou repórter.²

Considerando que a tecnologia digital implica em uma mudança ampla na significação do mundo, este artigo objetiva compreender como tal mudança afeta o âmbito do jornalismo, mais especificamente no que diz respeito ao reconhecimento do objeto “jornal”, dividido entre formulação/circulação nas materialidades impressa e digital, como produto desta prática discursiva. A partir da análise de discurso, em que sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo, a reflexão sobre tal objeto – o “jornal” – é uma reflexão sobre a prática jornalística, sobre o sujeito jornalista, bem como sobre o sujeito leitor.

A prática jornalística e seu produto, em diferentes materialidades

Parto de uma compreensão de *jornal* como *texto* (SILVA, 2011): o jornal tem sido um modo pelo qual a prática discursiva da imprensa – isto é, o discurso jornalístico – formula-se, voltando-se ao sujeito urbano. Consideramos a distinção entre *constituição*, *formulação* e *circulação*, compreendendo a formulação como o modo pelo qual o discurso toma corpo: “Formular é dar corpo aos sentidos” (ORLANDI, 2001a, p. 9). A formulação depende de circunstâncias, dos discursos que a produzem, bem como da própria materialidade. Isto é, formulação e circulação dos sentidos se dão em um determinado “meio”, entendendo-se meio enquanto “materialidade do locus em que acontece e se estrutura o significante (verbal, não-verbal, digital, muro, camiseta, pele etc.)” (ORLANDI, 2009, p. 64).

¹ Fiz algumas comunicações explorando essa questão (na ANPOLL, por exemplo) e publiquei em 2011 um artigo a partir das análises feitas até aquele momento (cf. SILVA, 2011).

² O documentário “O jornal do futuro” fala dessa mudança editorial do jornal que ocorre em 2010, entrevistando o editor executivo e diversos jornalistas e colunistas (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/videocasts/739063-documentario-revela-bastidores-das-mudancas-na-folha.shtml>>. Acessado em: 07 set. 2015. O *Estado* fez um caderno especial. Podemos dizer que, a partir desse contexto regional (São Paulo/Rio de Janeiro), o ano de 2010 é significativo de certo re-ordenamento no jornalismo brasileiro.

No ano de 2010, a divisão em duas redações, a fusão de redações e a extinção do jornal impresso constituem-se em três posicionamentos diversos por parte de grandes empresas jornalísticas no país. Considero que essa diversidade signifique apostas diferentes de sobrevivência, percebendo-a, como aponte, como um sinal de que o imaginário da imprensa em relação a seu público nesse momento é mais incerto. Com essas três grandes empresas, verificam-se três modos de colocar a produção do jornal para o público leitor, *tendo em vista as diferentes materialidades em que esse leitor pode e deve ser encontrado* (daí que o jornal pode/deve circular no *espaço urbano*, em seu corpo impresso em papel, e no *espaço digital (e-urbano)*, conforme Dias, 2011), em seu corpo digital/digitalizado).

Costa (2012) aponta o equívoco da imprensa que transplanta para o espaço digital o seu “modelo de negócio analógico tradicional”, ao afirmar que não dá para “analogisar” a comunicação em rede. A questão não se limita a um deslocamento e/ou transposição de uma determinada produção textual de um “suporte” a outro. A partir de uma concepção discursiva de sujeito e linguagem, consideramos, junto com Dias, que “a passagem do analógico ao digital não é simplesmente uma questão técnica, mas diz respeito a uma mudança na forma de significação do mundo” (DIAS, 2014, p. 59). Os questionamentos aqui suscitados pretendem contribuir para uma reflexão nessa direção.

Prática jornalística e sujeito urbano

Realizo essa reflexão pautada na análise das próprias mudanças ocorridas, e também do “discurso sobre” que as acompanha, por meio, neste texto, de depoimentos de jornalistas, apresentados a seguir. Os depoimentos analisados mostram um movimento discursivo no sentido de reforçar a identidade do “jornal” como produto valorizado do jornalismo. Ou seja, o digital demanda e produz formulações/unidades textuais específicas (*sites*, portais, *blogs*, *vlogs* etc. são textos específicos desenvolvidos neste âmbito). Mas procurou-se transpor ao digital essa unidade imaginária do/no jornal, o que funciona por meio da manutenção da empresa jornalística já-conhecida, seu nome, sua identidade e a identificação que o sujeito urbano no Brasil tem para com a prática de leitura do jornal.

Pelo movimento em direção ao digital, a unidade textual do jornal se complexifica: talvez possamos considerar que é a dispersão que agora se evidencia. Dispersão entre o impresso e o digital, entre diferentes modos de se conceber a redação do jornal, por exemplo, para ficarmos com as questões que se apresentam para os próprios jornalistas, conforme a nossa análise.

Do *corpus* analisado quanto às reformas nas redações dos grandes jornais (*JB*, *Folha*, *Estado*), fiz recortes no sentido de localizar um dizer sobre o fim do jornal. Nesse sentido, apresento a seguir dois estratos:

(01) Acho que **não** pode ser a **preocupação do repórter** saber se o jornal vai ou não acabar. Acho que a preocupação do repórter é estar preparado para colocar suas informações em qualquer plataforma.

(02) **A gente não** vende papel, a gente vende é informação.³

Os estratos acima são trechos de declarações do documentário *O jornal do Futuro*. Neles, marca-se, através das negativas, a presença de uma afirmação na memória do dizer: “o jornal vai/pode acabar”, “o jornal (de papel) vai acabar/está acabado”. Pode-se talvez dizer que são sentidos de “jornal” que aí se apresentam em disputa, uma disputa em que se mostra uma não equivalência. Ou seja, de um lado, “O jornal é em papel”, há uma tradição que o reconhece assim, mas, de outro, “O jornal pode ser/continuar em qualquer plataforma”, esta seria ainda uma possibilidade. Na televisão, a designação “jornal” se manteve para a apresentação de notícias. Mas o que ocorre no momento é uma inscrição no espaço digital das empresas jornalísticas tradicionais, cujos produtos de jornalismo impresso tinham reconhecimento no país.

Os trechos mostram então uma instabilidade para o sentido de jornal, pois em (01) “saber se o jornal vai acabar ou não” – trata-se de um sentido de jornal em papel, muito embora seja parte de uma argumentação de convencimento em relação à continuidade para o jornalismo/jornalista em “qualquer plataforma”.

As questões que se mostraram então, nesse *corpus* analisado, foram: o que continua e o que termina em termos de uma prática jornalística? Ou ainda: como compreender a unidade jornal e a produção do sujeito urbano (informado) hoje?

Observa-se uma disputa de sentidos e uma instabilidade em relação ao produto do jornalismo, reconhecido como “jornal”. Os trechos analisados também nos mostram o atravessamento da relação jornalista/empresa, de modo que podemos perceber que é do lugar da empresa que se afirma a continuidade. No primeiro trecho (01), marca-se o lugar do repórter pela relação com a instituição, atribuindo-lhe a incerteza e o destituindo das decisões em relação à circulação do jornal. No segundo trecho (02), através do plural, o lugar do repórter é integrado à posição da empresa. Então, parafraseando os enunciados acima, o repórter não deve se importar ou se preocupar, deve trabalhar para a empresa e a empresa decide sobre a melhor maneira de continuar o “negócio de vender notícias ou vender informação”.

Esse momento de mudança tecnológica e suas consequências no jornalismo me mobilizaram no sentido de voltar a pensar a significação do jornal para o sujeito urbano, a sua presença na cidade, no espaço urbano e hoje no digital. Retomando, compreendo jornal como uma dada formulação do discurso jornalístico, que se corporifica através da prática de uma escrita e de uma montagem (*design*) que vai todos os dias a público, dando essa unidade a um conjunto disperso e bastante heterogêneo nas séries de diferentes textos e tipos de textos (notícias, editoriais, fotografias, crônicas, quadrinhos etc.).

Enquanto corpo que se faz presente de certo modo na vida urbana, o jornal é o produto final de uma atividade cotidiana que constitui o trabalho da imprensa, uma dada organização e unidade que foi se modificando historicamente, sempre na relação com uma imagem de público leitor enquanto sujeito urbano. A significação do “jornal” no cotidiano urbano o produz: *monumento da inscrição da imprensa na vida urbana/pública*, parte do

³ O primeiro enunciado é um trecho da fala de Mônica Bergman, e o segundo de Maria Cristina Frias, colunista.

que constitui o *sujeito urbano*, sobretudo pela relação de determinação com a instituição da república. Estou compreendendo esse objeto discursivo considerando uma determinada proposta de estudos urbanos da linguagem, do discurso: “Trabalhamos na convergência de dois movimentos do processo de significação: o da espacialização da linguagem na cidade e o da simbolização do espaço urbano”. (ORLANDI, 2001b)

Em sua materialidade gráfica, o jornal é elemento simbólico do cotidiano urbano, e remete aos seus modos de circulação: a exposição nas bancas, a entrega nas residências, a presença em espaços de circulação/estar, como salas de espera, por exemplo. E a primeira página, a sua configuração específica, é uma forma de datar: identifica-se um certo dia com a imagem da primeira página, em uma composição do nome do jornal com a sua manchete e foto. Nela, a gente compreende que está sintetizado “o que aconteceu hoje”, aquilo que representaria os acontecimentos mais importantes do mundo/país/cidade, enfim. Assim, com o jornal em sua presença nas cidades, produz-se uma determinada “visão do mundo” para o sujeito: e o sujeito urbano como um sujeito cosmopolita e atualizado.

De uma perspectiva discursiva, podemos reler as quatro características do jornalismo segundo Otho Groth (BUENO, 1972), a saber, a atualidade, a periodicidade, a universalidade e a difusão, e considerar que: a atualidade é um efeito da periodicidade e a universalidade, um efeito da difusão. Podemos dizer que a prática discursiva do jornalismo constitui-se a partir de uma restrição temporal (os temas/assuntos devem ser atuais) e uma generalização espacial (interessaria tudo o que acontece no mundo, muito embora a prática jornalística implica, justamente, em selecionar o que é notícia ou não).

Assim, a prática jornalística é ela mesma uma marca temporal, que inscreve o sujeito urbano “em seu tempo”. Consideremos ainda que a prática jornalística no Brasil constituiu-se historicamente como empresarial e, ao dizer de um certo lugar social, o fez (e faz) em nome de todos, possibilitando uma representatividade crítica quanto aos fatos de interesse público (res-pública).

Pergunto-me, primeiramente, se todas essas questões são ainda importantes – a atualização, o cosmopolitismo (mundialização?) etc. – e identificadoras do sujeito urbano. Tendo em um primeiro momento a dizer que sim, considerando que a atualidade não seria mais a do dia (*jour-nal* ou diário), mas a do chamado tempo real. Ao mesmo tempo, fiz uma busca sobre a *Folha* e encontrei no *Portal UOL* uma postagem comemorativa do aniversário de 80 anos da *Folha* e não havia data nessa postagem, nem na página inicial nem nos textos que se pode acessar através dos *links* que esta disponibiliza.

UOL ASSINE BATE-PAPO BUSCA E-MAIL SAC SHOPPING UOL

PEÇA ONLINE! VÁRIOS RESTAURANTES EM PIRACICABA

FOLHA DE S. PAULO

80 ANOS

TEMPOS CRUCIAIS
Regime militar, Diretas-Já e impeachment de Collor são contados em reportagens

24 HORAS DE AÇÃO
O escritor Moacyr Scliar conta como é um dia de trabalho na Redação da Folha

EU E A FOLHA
Colunistas e chargistas recordam seus primeiros dias no jornal e contam histórias de seu cotidiano

VEJA A CAMPANHA

Lalo de Almeida/Folha/Imagem

Tudo sobre a Folha

O CHOQUE EDITORIAL
Mudanças de forma e conteúdo reorganizam produção jornalística

GOSTO E NÃO GOSTO NA FOLHA
Personalidades falam de suas preferências e divergências em relação ao jornal

A RENOVACÃO CULTURAL
Jornal modifica o debate de idéias com Ilustrada, Folhetim e Mais!

QUEM É O LEITOR
Pesquisa revela que visão liberal predomina entre os leitores da Folha

O OUTRO LADO
Jornal ouve personalidades que se sentem prejudicadas por reportagens publicadas

MARCOS DO JORNALISMO
Investigações jornalísticas revelam fatos que estão escondidos da opinião pública

ERONOLOGIA
Oito décadas de histórias da Folha, do Brasil e do mundo

CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS
Publicidades da Folha firmaram slogans e imagens de impacto popular

O GRUPO FOLHA
Internet, novos jornais e gráfica de revistas diversificam atividade

O FUTURO
Novíssima sociedade civil pede formas inéditas de abordagem, diálogo e serviço

Jornal chega aos 80 como empresa de multimídia em expansão e modelo de imprensa crítica, pluralista e independente

Folha de S. Paulo | Folha Online | Projetos especiais | Assine a Folha

Copyright Folha Online. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da Folha Online.

Tanto para a prática de jornalismo quanto para o empreendimento da disponibilização de um arquivo (o monumental arquivo no espaço digital), a datação é uma prática importante, constitutiva. Como compreender essa ausência de data que aí se mostra?

Podemos considerar que na ausência de data se projeta um efeito de atemporalidade, que podemos aproximar da compreensão sobre o modo de funcionamento da memória digital. A tecnologia digital favorece um *efeito de homogeneização*, em função do modo como através dela disponibilizam-se textos para o sujeito leitor/espectador e do modo como o sujeito leitor/espectador os busca. Orlandi (1996) propõe o conceito de *memória metálica*, para dizer da memória produzida por um construto técnico, em que não há estratificação, mas soma, acúmulo. E o já-dito armazenado “retorna sobre a forma de atualização do registro de uma informação/dado, e não da formulação num intradiscorso” (DIAS, 2014).

A ausência de data – que se mostrou, no caso que citei acima, constitutivo da prática jornalística em sua concepção digital – podemos percebê-la, de certo modo, como emblemática dessa tecnologia em seu funcionamento enquanto memória metálica. Ou seja, ela realiza a contradição de uma atualidade atemporal e de um arquivo cronologicamente, não digo plano, mas aplainado, pois se trata de um *efeito de linearização* que aí é produzido, na medida em que tudo se reduz a “pacotes de informações”.

Por outro lado, sendo importante ainda, como característica do jornalismo, a atualidade (que se produzia anteriormente pela publicação de um jornal, um diário...), e, mais do que nunca, sendo importante também esse “ir ao mundo todo”, não será mais o jornal, nem impresso nem *on line* a operar essa significação do/para o sujeito urbano. É tão somente o acesso e essa tecnologia em sua promessa de infinitude: o acesso coloca esse não limite para o que se quer saber, para o que se pode...

O vídeo da *Folha* analisado é nomeado “O jornal do futuro”, nome que, ao se propor, remete a um reordenamento publicitário sobre o questionamento em relação ao “futuro do jornal”, funcionando como *slogan* do jornal “a Folha”, este repetido pela série de enunciadores entrevistados (jornalistas da empresa): “a folha isso”, “a folha aquilo”... O questionamento das mídias de comunicação continua: em junho de 2015, a empresa Globo realiza um evento para discutir “o futuro da tv”.⁴ Ou seja, os sentidos de “futuro” nesse contexto, na formulação da discussão sobre o jornal ou sobre a televisão, funcionam como marca de uma projeção empresarial sobre os investimentos no setor.

Finalizando, vou refletir sobre alguns elementos constitutivos do processo discursivo do jornalismo no Brasil, e sua relação com a produção de um leitor de jornal.

Atualidade, atualização, historicidade, temporalidade... ou o infinito é aqui agora

Venho tomando elementos constitutivos do processo discursivo do jornalismo como objeto de análise. Nesse processo, o jornal *Folha de S. Paulo* destaca-se na produção de um *discurso sobre* o jornalismo, já desde a publicação do *Manual de Redação*, em 1984, passando pelo chamado *Projeto Folhas* e pelo vídeo *O futuro do Jornal*, que tomamos no presente momento.

Observa-se um histórico de re-formulações sobre o corpo do jornal, em que este é re-pensado editorial e graficamente no sentido de “melhor atender” a seu leitor. É atribuída a Otávio Frias Filho, que assume a direção da *Folha* justamente em 1984, uma concepção do “jornalismo como crise permanente”. Esse momento é posterior ao período de ditadura, em que o jornalismo pode se valer de algo que, “fora dele”, o fazia significar como um importante elemento político: a censura. Na democracia neoliberal, impera a significação do jornal como produto/serviço para o seu leitor, ou seja, este é mais um objeto de consumo, entre outros.

Vejamos alguns enunciados sobre esse leitor no *Portal UOL*, “Folha de S. Paulo 80 anos”:

- (01) o leitor vem sendo submetido a uma espécie de bombardeio entrópico de informações

- (02) o desejo do leitor não apenas de se informar, mas de entender temas que estão diariamente nas páginas do jornal e que são ou muito complexos, como o genoma, ou difíceis de definir, como a globalização

- (03) aproximar-nos do leitor, atendendo suas reclamações e resolvendo seus problemas com rapidez e eficiência.

⁴ Cf. no *Jornal da Globo*, “Representantes das principais emissoras debatem o futuro da TV – evento no Rio reuniu profissionais para debater assuntos da televisão”. Edição do dia 26/06/2015, atualizado em 27/06/2015, 01h02. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/06/representantes-das-principais-emissoras-debatem-o-futuro-da-tv.html>>. Acesso em: 07 set. 2015.

(04) Demanda crescente de um leitor individualista

(05) compatibilizar os interesses de um leitor cada vez mais encerrado em seu universo individual com um jornalismo capaz de lançar nova luz sobre um espaço público hoje difícil de identificar.

É interessante observar esses elementos que são apontados como caracterizando o leitor a partir de determinado momento: a dispersão, a segmentação e o individualismo, nesse âmbito que é a instituição da imprensa no Brasil, uma instituição empresarial, que faz parte da produção desse sujeito que ela vê no leitor hoje. Assim, procura-se oferecer ao leitor um produto de acordo com a imagem de leitor que se percebe: por um lado um leitor disperso e por outro lado um bombardeio de informações e nessa radicalização uma proposta de organizar, analisar, mastigar, e poder entregar num mesmo jornal “pacotes diferentes das tais informações”.

Considerações finais

Os sujeitos urbanos hoje “navegam” na internet e o jornal não tem a mesma dimensão e representatividade: ou seja, os tempos da globalização são também tempos de outras leituras e leitores. Desse modo, deslocam-se os imaginários que sustentam a produção do sujeito urbano enquanto sujeito informado: a informação está na “rede” (na internet, no arquivo *on line*), de uma maneira em que o institucional parece parcialmente dissolver-se.

É importante considerar as mudanças tecnológicas de maneira ampla, e não as focando apenas na localização de uma concorrência, como no caso do jornalismo, seja antes com a televisão ou hoje com a internet. Trata-se de um processo histórico em que a tecnologia vai tomando formas, expandindo-se e subjetivando. E, na consideração dessa tecnologia, a importância de perceber sua inextricável relação com um sistema de mercado mundializado.

A sociedade da informação é também a sociedade do trabalho – o que fica silenciado hoje. Fala-se muito de consumo e das novas tecnologias (a sociedade da informação), silenciando-se que é o trabalho que possibilita aos sujeitos (a maior parte da população) participarem enquanto consumidores, ou silenciando-se que faz parte dos momentos de reestruturação (pelas novas tecnologias) a redução do corpo de profissionais. No mercado de trabalho do jornalismo, como em todas as áreas, ocorre a flexibilização, a terceirização etc., em que um mesmo profissional atende plataformas diferentes, por exemplo, ou que a centralização das notícias/informações é cada vez maior, em sua distribuição por agências internacionais.

Por fim, em relação especificamente ao leitor, a tecnologia digital vai nessa direção do individualismo, em função da possibilidade mesma que aí se mostra de servir ao sujeito em sua busca individualizada de informações. O hipertexto oferece a possibilidade de montagens operadas pelo leitor. Hoje, o que se evidencia é a tecnologia, é a facilidade do clique para “acesso” e “conexão” e o modo de leitura é relacionado ao modo em que o corpo textual se produz na internet.

A questão técnica não é simplesmente uma questão técnica, mas uma nova maneira de se possibilitar a construção do social, de estar no mundo, enfim, de se constituir o sujeito. Desse modo, em sua forma digital, também a “informação” constitui-se diferentemente, pois resulta das diferentes relações (técnicas/políticas) de leitura, nas condições de produção instauradas pela contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

AUROUX, S. *A Revolução Tecnológica da Gramatização*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1992. 144 p.

BUENO, W. C. *O jornalismo como disciplina científica: contribuição de Otto Groth*. São Paulo: ECA/ USP, 1972. 32 p.

COSTA, C. T. Analógicos versus digitais. *Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review*, São Paulo, p. 12-23, Jul./Ago./Set. 2012.

DIAS, C. P. E-Urbano: a forma material do eletrônico no urbano. In: DIAS, C. E-urbano: Sentidos do espaço urbano/digital [online]. 2011, Consultada: <<http://www.labeurb.unicamp.br/livroEurbano/>>. Laboratório de Estudos Urbanos Labeurb.

_____. Linguagem e tecnologia: uma relação de sentidos. In: PETRI, V.; DIAS, C. P. (Org.). *Análise de Discurso em perspectiva: teoria, método e análise*. Santa Maria: UFSM, 2013. p. 49-62.

_____. O ensino, a leitura e a escrita: sobre conectividade e mobilidade. In: *Entremeios – Revista de Estudos do Discurso*, v. 9, p. 1-14, jul. 2014. Disponível em: <<http://www.entremeios.inf.br>>. Acesso em: 07 set. 2015.

UNICAMP. Acesso em: 07 set. 2015.

ORLANDI, E. *Interpretação*. Petrópolis, Vozes, 1996. 150 p.

_____. *Discurso e texto*, Campinas: Ed. Pontes, 2001a. 218 p.

_____. (Org.). *Cidade atravessada*, Campinas: Pontes, 2001b. 180 p.

_____. *O que é Linguística*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2009. (Coleção Primeiros Passos). 78 p.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes. 1997. 36 p.

_____. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi et al. Campinas: Ed. da Unicamp, 1988. 317 p.

_____. (1969) “Análise automática do discurso”. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs). *Por uma análise automática do discurso – uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Tradução de Bethânia Mariani et al. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990. p. 61-161.

SILVA, T. D. “Os manuais de imprensa: da redação à circulação pública”. In: ORLANDI, E. (org.). *História das Idéias Lingüísticas no Brasil*. Campinas: Pontes, 2001. 307 p.

_____. “A língua na escrita jornalística”. In: GUIMARÃES, E. (org.). *Produção e circulação do conhecimento*. Campinas: Pontes, 2001. 267 p.

Recebido em: 06/10/2015

Aprovado em: 11/07/2016