

A RELIGIÃO PELA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DE SEUS ASPECTOS VISUAIS

Monique Alves Vitorino*

Universidade Estadual da Paraíba

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a relação linguístico-visual em capas de revistas de divulgação científica, a Superinteressante, em que se dê a abordagem de tema voltado à religião, a fim de perceber tendências, desvelar ideologias e compreender intenções. Para tanto, buscamos respaldo na Análise Crítica do Discurso e nas categorias de análise e interpretação da linguagem visual da multimodalidade.

Palavras-chave: análise crítica do discurso, multimodalidade, capa de revista.

Abstract

The objective of this article is to analyze the relation between the linguistic and the visual in covers of the popular science magazine, Superinteressante, in which the topic addressed is religion in order to perceive tendencies, unveil ideologies and understand intentions. To this end, we look for support from Critical Discourse Analysis and in the categories of analysis and interpretation of visual language and multimodality.

Key-words: Critical Discourse Analysis; multimodality, magazine covers

* Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: moniquevitorino@gmail.com. Este artigo é resultado do Trabalho Acadêmico de final de curso, denominado “Aspectos visuais da religião nas capas da revista Superinteressante: uma análise crítica”, realizado sob a orientação do Prof. Ms. Ivandilson Costa, e-mail: ivandilsoncosta@uern.br.

Considerações iniciais

Os elementos visuais que constituem as revistas de divulgação científica parecem imprimir maior agilidade na popularização de conhecimentos no mundo globalizado e tecnológico de hoje. Nesse sentido, este artigo objetiva analisar a relação linguístico-visual em capas da revista de divulgação científica *Superinteressante*, editora Abril, mais especificamente aqueles que abordam temas voltados para religião, buscando tendências para sua interpretação a partir dos significados das combinações visuais.

Assim, partimos da hipótese de que as práticas discursivas relativas às revistas de divulgação científica, ao tratarem do tema “religião”, se pautam num tratamento ideológico carregado de intenções que tendem à polêmica, com finalidades comerciais. Desse modo, buscamos respaldo nos referenciais teóricos da *Análise Crítica do Discurso* (Fairclough, 2001; Wodak, 2004; Meurer, 2005), e nas categorias de análise e interpretação da linguagem visual de Kress e van Leeuwen (1996).

Percurso teórico

1. A Análise Crítica do Discurso

A *Análise Crítica do Discurso* (ACD) é um novo campo de investigação linguística que se preocupa com o esclarecimento de relações que passaram, discursivamente, por uma naturalização, pois “muitas das relações entre linguagem e estruturas sociais são opacas, pouco visíveis, podendo ser consideradas como ‘agendas ocultas’ que passam muitas vezes despercebidas” (Meurer, 2005: 90).

Nesse sentido, para a ACD a linguagem é usada para reafirmar e estabelecer o poder, não existindo, portanto, enunciado neutro: ele influencia, transforma, cria modos e modos de relações, possuindo, assim, todo ato semiótico, um conteúdo ideológico. A ACD vem revelar tal função nos textos, indo, pois, além deles em si para alcançar as questões sociais ali envolvidas: “maneiras de representar a ‘realidade’, manifestação de identidades e relações de poder no mundo contemporâneo” (Meurer, 2005: 81).

Assim, a ACD possui como foco principal a preocupação com o social, ou seja, os postulantes desta teoria e método de análise acreditam que estudar o texto e, conseqüentemente, as questões linguístico-discursivas podem revelar aspectos importantes da vida social, pois os indivíduos realizam ações por meio da linguagem.

Isto posto, a linguagem é concebida pela ACD como forma de *prática social*, isto é, prática como intervenção na ordem social e econômica (que funciona pela reprodução ideológica) (Fowler, 2004), de modo que uma (prática social) é influenciada pela outra (linguagem) mutuamente.

É consenso na ACD que o sujeito interpreta o mundo sob o prisma do discurso e este, por sua vez, é moldado por ideologias e relações de poder, as quais interferem nas identidades e relações sociais e nos sistemas de conhecimentos e crenças de uma sociedade. Assim, o discurso é visto aqui como “uma forma de prática social que se realiza total ou parcialmente por intermédio de gêneros textuais específicos” (Meurer, 2005: 88).

Segundo a ACD, os conceitos de hegemonia e poder permeiam as práticas sociais. Entende-se poder, pois, como a capacidade que os indivíduos e as instituições representadas por eles têm para agir em algum contexto social fazendo, para tanto, uso de algum recurso.

Neste caso, o discurso, é usado como veículo de ideologias que, por sua vez, “são ligadas a sistemas de valores e crenças, são sociais, geralmente ligadas a interesses, conflitos e lutas de grupos [...]” (Jorge & Heberle, 2002: 178).

Além disso, na ACD o texto é parte de uma interação, de um contexto, no qual, é sempre concebido por aqueles que o produzem para o contexto em que ocorre. Nesse sentido, ela se preocupa com a interação dos textos com a estrutura social, daí levar em conta os processos de produção, distribuição e consumo e não apenas o texto em si.

Neste contexto, estende-se aqui a noção de discurso e de texto às imagens visuais, pois elas são uma “forma de constituir e construir o mundo em significados” (Ferreira & Bertoluzzi, 2007: 1103) e expressam dominação e poder (Magalhães, 2005).

2. A imagem como objeto de análise

Sabe-se que as primeiras manifestações comunicativas humanas se localizam na produção de imagens, desde tempos imemoriais. Sabe-se também que seus processos de produção, divulgação, interpretação e conservação vêm sofrendo influências do constante desenvolvimento tecnológico. É sabido ainda que as imagens permeiam o dia-a-dia de qualquer indivíduo, seja pela TV, tela de computador, *outdoors*, revistas e tantos outros meios e tipos de apresentações visuais, ou seja, vive-se numa “era de imagens visuais” (Pimenta & Santana, 2007: 152).

Assim, a partir da constatação de que o texto sempre se processa mediante mais de um código semiótico na construção de seu significado, Kress e van Leeuwen (1996) sugeriram o conceito de

multimodalidade. Desse modo, todos os gêneros textuais são multimodais uma vez que, em todas as ações sociais pela linguagem (fala ou escrita) utilizamos como formas de representação gestos e palavras, palavras e tipos gráficos, palavras e entoações, palavras e imagens etc.

As capas de revistas, objeto deste trabalho, constituem, portanto, um texto eminentemente multimodal, pois apresentam imagem(ns) e palavras que coexistem, significando e se complementando entre si.

Enfatizamos, portanto, que estudar os gêneros textuais sob a perspectiva multimodal é importante, pois sabemos que “os gêneros textuais não podem ser estudados isoladamente dos elementos não verbais que os constituem” (Balocco, 2005: 65), e que “imagem e palavra mantêm uma relação cada vez mais próxima, cada vez mais integrada” (Dionisio, 2005: 159). Enfim, o conceito de multimodalidade focaliza esta inter-relação sem que haja imposição de uma sobre a outra.

2.1 A gramática do design visual

Os meios de representação semióticos utilizados pelos produtores dos textos não são aleatoriamente usados e podem ser analisados. Para tanto, Kress e van Leeuwen (1996) desenvolveram uma gramática visual, como forma de sistematizar a análise do não-verbal. Pimenta e Santana (2007) salientam que tal gramática não é apresentada como uma gramática normativa tradicional, mas sim como uma direção para uma leitura atenta e crítica desses tipos de representação.

Assim, para os elementos que fazem parte do processo de

leitura da imagem, Kress e van Leeuwen (1996) usam o termo “participante”, quer seja os que observam a imagem (“participantes interativos”, “interactantes” ou “espectadores”) ou os que compõem seu assunto (“participantes representados”), que trazem tipos de (inter)relações entre si. Há três dimensões, segundo os autores, que devem ser levadas em conta para a análise desta interação, as quais compõem as tais categorias de análise.

Assim, quando o participante representado (PR) “olha” fixamente para o espectador, acaba por estabelecer um contato visual, um vínculo, que pedirá, demandará, diferentes ações do interactante. Esta é, portanto, a primeira dimensão: o olhar. A partir dele, o produtor da imagem tentará impor algo ao leitor criando, desta maneira, uma *imagem de demanda*.

Da mesma forma, quando não há esta relação imaginária interpessoal entre observador e participante(s) representado(s), quando este(s) não contempla(m) o observador, há a criação da *imagem de oferta*.

A segunda dimensão relevante para os significados da imagem está no distanciamento do participante representado em relação ao interactante, ou seja, seu enquadramento. A relação social que se cria neste aspecto é a de maior ou menor proximidade entre leitor e PR, a qual vai interferir numa maior ou menor demanda desta imagem a ser contemplada. De acordo com Kress e van Leeuwen (1996), o enquadramento representa relações sociais cotidianas de intimidade, isto é, quanto maior a distância pessoal e social mais o PR é mostrado, e vice-versa.

A terceira dimensão a ser observada na imagem revela as relações de envolvimento e de poder: o ângulo. Nesse sentido, do ponto de vista horizontal, o ângulo oblíquo implica um afastamento

entre os participantes, enquanto que o ângulo frontal resulta numa ilusão de envolvimento e igualdade, sem disputa de poder; e do ponto de vista vertical, se a imagem é vista de um ângulo alto, ou seja, se o PR é observado de cima pelo espectador isto indica um maior poder por parte deste. Do contrário, quando o PR é visto de um ângulo baixo, ele estabelece uma relação de dominação sobre o interactante.

Estas categorias se referem às relações existentes entre pessoas, lugares e coisas e o receptor da imagem. Quanto à composição estabelecida pela combinação e colocação dos elementos da imagem, há outras categorias ligadas à “maneira pela qual elementos interativos e representacionais são integrados em uma composição para que ela faça sentido” (Rigolin, 2007: 70), que não serão expostas aqui, nos deteremos nessas três dimensões em nossa análise.

3. A religião na capa da *Superinteressante*

As capas de revistas são agentes sociais que promovem a venda e consumo de idéias. Assim, seu conteúdo informativo intenciona a conquista de um potencial leitor/consumidor. Caracterizam-se, portanto, por serem cuidadosamente produzidas em seus componentes linguísticos e visuais. Nesse sentido, “é necessário não perder de vista literalmente que a produção de um texto multimodal é muito mais do que pôr palavras e imagens juntas!” (Dionisio, 2006: 6).

No que se refere ao uso dos recursos multimodais, Rigolin (2002), constatou uma evolução no sentido de uma maior importância dada ao visual entre edições antigas e recentes da revista

Superinteressante. Isso se deve ao desenvolvimento dos meios de produção da imagem, bem como à modernização da imprensa, o que acarretou num processo de visualização, que se estende aos gêneros midiáticos como um todo, os quais estão massivamente presentes na sociedade.

As temáticas que comumente se associam às revistas de DC giram em torno de ciência e tecnologia, bem como de inovações nessas áreas. Entretanto, chamou-nos atenção o surgimento e a frequência de temas ligados a religião, principalmente nas capas de tais revistas. Para se ter uma idéia, de acordo com Aguiar (2007), nove das treze edições da revista *Superinteressante*, publicadas em 2002, tratavam de algum aspecto ligado a este tema.

Contudo, no que concerne à *Superinteressante*, revista de circulação nacional e grande tiragem mensal (por isso escolhida para nossa análise), constata-se que, quando abordada, a religião recebe um tratamento ideológico carregado de intenções de modo a se prestarem informações e/ou curiosidades sobre determinadas práticas, tendendo à polêmica, com finalidades comerciais. Vejamos as capas que analisaremos:



Fig.1 Superinteressante: n. 199, Abr. 2004



Fig.2 Superinteressante: n. 183, Dez. 2002



Fig.3 Superinteressante: n. 207, Dez. 2004

As três capas de Superinteressante selecionadas abordam o cristianismo como tema de destaque e trazem a representação de seu personagem principal estampada. Portanto, escolhemos estes exemplares como amostra aqui, aproveitando para observar os diferentes enfoques que Jesus recebe.

As capas de Superinteressante possuem, todas, um *layout* que se repete, formando um *design* padrão que facilita a identificação por parte do leitor/consumidor. Desse modo, a sua composição se faz sobre um fundo vermelho, com o título da revista, escrito em maiúsculas e na cor branca, sendo a palavra “super” escrita com fonte maior do que as demais, localizada no canto superior esquerdo. A informação visual mais saliente é enquadrada logo abaixo do título e demais informações sobre a revista, ocupando cerca de 80% da capa, a qual é delimitada por linhas que formam uma espécie de moldura. Há ainda imagens periféricas, geralmente localizadas no canto superior direito, que dizem respeito a outras matérias em destaque, mas estas não serão levadas em conta aqui, pois nos deteremos à imagem-núcleo da capa, a qual enfatiza o tema principal, ou reportagem principal, da edição para o leitor/consumidor.

Na Figura 1, a oportuna capa de abril, mês da Paixão de Cristo, observamos os elementos citados acima, porém vemos que a imagem de Jesus ultrapassa as linhas que formam a moldura. Ela rompe, pois o enquadramento que poderia delimitá-la, imprimindo maior saliência. Vê-se ainda que a imagem se sobrepõe ao próprio título da revista, o que confere maior importância informacional, visto que o título já é conhecido pelo leitor.

Prostrado ao lado do que se pode dizer ser a cruz que carregou, temos um Jesus com olhos fechados e boca entreaberta. Além do visível mal trato por ele sofrido, dedutível pelas fortes

marcas de sangue em suas face e mão, e da coroa de espinhos, símbolo do sofrimento por Jesus enfrentado durante a Paixão, sua expressão facial aponta para a dor e o cansaço.

Vale salientar que esta é uma imagem fotográfica colorida e que, por isso, possui alta modalidade, ou seja, se aproxima mais da realidade, possui maior verossimilhança. Além disso, há a intertextualidade com o filme *A Paixão de Cristo*, do ator e diretor Mel Gibson (2004). Tal filme causou grande polêmica em torno do episódio da morte de Jesus, já muitas vezes retratado pelos cinemas, por suas cenas de profunda violência física contra Jesus que, segundo a reportagem no interior da revista, se propõem ser fiéis à visão tradicionalista do Evangelho. Assim, a intertextualidade, quando identificada pelo leitor, atinge e modifica o texto, seja ele verbal ou não. A remissão ao filme, sucesso de bilheteria, além de contextualizar a cena fixada pela fotografia da capa, toca no interesse do leitor ávido para saber mais informações sobre o tema do filme do momento.

Na Figura 1 pode-se observar, ainda, o posicionamento do participante representado (PR), localizado à esquerda da composição. A leitura, assim, é guiada pelos princípios da composição visual, a qual introduz o verbal. Nesse sentido, a frase “Quem matou Jesus?”, escrita em letras maiúsculas e fonte de tamanho superior às demais palavras contidas na capa, são de grande saliência para o leitor/consumidor.

Desse modo, constata-se que frases interrogativas aliadas a imagens de impacto, causado aqui pelo excesso de sangue, a grande coroa de espinhos etc., imprimem o tom de polêmica necessário a uma capa que pretende chamar atenção do leitor/consumidor.

Segundo Kress e van Leeuwen (1996), o ângulo horizontal-frontal observado na imagem, sugere uma relação de intimidade social e equidade de poder entre os participantes. Esta relação permite aproximar o leitor do PR e, por conseguinte, da idéia que o produtor tenciona transmitir. O participante interactante entra, imaginariamente, na cena contemplada, neste caso, há o compartilhamento da dor e do sofrimento do PR com o observador. Jesus está, portanto, próximo de nós, embora não nos seja permitido, pelo contato visual, a efetiva interação, pois é criada uma imagem de oferta.

Sendo assim, o interlocutor não interage com o PR, ele é mero espectador de uma ação da qual não faz parte, pois é sabido que o sofrimento de Jesus foi algo particular vivido por ele, cabendo ao interactante, portanto, apenas ver de fora: a prolação religiosa diz que ninguém no mundo poderia ter passado pelo conhecido calvário, a não ser o filho de Deus, cuja via-crúcis libertaria os pecados da humanidade.

Além disso, talvez a criação de imagens de oferta sirva para que seja criada uma relação de distanciamento temporal entre os participantes, tendo em vista que as especulações acerca dos fatos da época de Cristo girem em torno de provas arqueológicas.

Na capa vista na Figura 2, observam-se semelhanças com a composição analisada na Figura 1: a posição do PR é de informação dada e suas dimensões ultrapassam a moldura na parte superior da imagem, sobrepondo-se ao título da revista. Entretanto, o perfil de Jesus é visto de um ângulo vertical-baixo, o que sugere uma relação de mais poder por parte do PR, ou seja, Jesus é visto de baixo pelos interactantes, ou os vê de cima para baixo, como é sugerido pelo seu

olhar, porém, por ser uma imagem de oferta, ele olha para um possível PR, não contemplado na representação.

Aqui, Jesus possui uma pele clara, nariz reto, vestimenta predominantemente vermelha e uma suntuosa coroa de espinhos. Há ainda um viés de sangue que desce da testa até a barba marrom. A imagem é composta, nesse contexto, sobre um plano de fundo azul. Nota-se, pois, que a cor exerce importante papel aqui. Dondis (2003, *apud* FERREIRA & BERTOLUZZI, 2007: 1105) lembra que a cor é uma das experiências visuais que temos em comum e que “conhecemos a cor em termos de uma vasta categoria de significados simbólicos”. Assim, de acordo com Rigolin (2002), podemos associar o azul ao cientificismo que a revista propõe dar ao tratamento do tema, corroborando com o enunciado verbal: “A verdadeira história de Jesus”. A verdade, neste caso, cabe à arqueologia: “Cristo é um dos maiores mistérios da humanidade. Mas a arqueologia, baseada em novas descobertas, está finalmente desvendando como ele nasceu, viveu e morreu”, completa o *lead* da manchete.

Diferentemente dos exemplos até agora analisados, a capa vista na Figura 3 não mostra o rosto de Jesus, mas seu corpo, e o símbolo cristão em destaque não é a coroa de espinhos, mas a cruz em que ele está pregado. Não há marcas de violência ou sangue, seus cabelos são curtos e seu corpo seminu é forte, com músculos aparentes. Observa-se ainda que sua cabeça está baixa e o corpo jogado para a frente, preso à cruz pelas mãos e pés. Nesta posição, poderíamos dizer que Jesus não tem mais vida, entretanto, suponhamos que ele está olhando para baixo e lendo a mensagem sobre a qual a cruz está fincada: “Jesus proibido”. A interação entre a imagem e a palavra se realiza, neste sentido, de forma muito interessante.

O produtor utiliza-se de um enquadramento que mostra todo o corpo do PR e parte do espaço que o circunda, o que conota distância social. Além disso, o ângulo vertical-alto indica que o poder está nas mãos do espectador da cena. Na posição em que se encontra, Jesus é visto de cima pelos que o observam.

A composição se realiza sob um fundo totalmente preto, que lembra mistério, medo etc. O eixo vertical norteia a leitura e posiciona a imagem acima das palavras, tornando-a mais emotiva e atrativa. Um outro aspecto a ser salientado na Figura 3 diz respeito à luminosidade utilizada em sua produção. Rigolin (2006: 73) ressalta os diferentes significados que a variação e a direção da luz podem ter, variando do secular/mundano ao divino/ideal. Assim, é possível afirmar, ao observarmos a sombra formada a partir do braço esquerdo do PR, que a luz vem do lado direito da composição, ou seja, “a luz [...] quando é um elemento novo é assombrosa”.

Nesse sentido, todos os elementos que compõem a imagem em questão reforçam a idéia de abandono, vazio, distância, obscuridade etc. em que se encontra Jesus e os mistérios nos quais sua existência se insere e que a Superinteressante promete revelar.

Considerações finais

A partir do exposto é possível observarmos a importância e influência que a linguagem visual adquiriu na comunicação atual, influência esta, usada pelo meio jornalístico com objetivos comerciais. Nessa perspectiva, constatamos que a multimodalidade constitutiva das capas de revistas proporciona-lhes grande poder de síntese e objetividade, através de imagens bem elaboradas e frases que colocam em questão conhecimentos, crenças e ideologias vigentes.

A ACD mostra que as realidades representadas por meio de ações discursivas são criações sociais, pois até mesmo o discurso que pretende revelar a “verdade” carrega uma ideologia, que representa um outro viés de dominação. A ideologia é, portanto, um fator envolvido em todos os meios de representação, inclusive nas imagens.

Isto posto, levantamos aqui duas bandeiras: a da leitura crítica e a do letramento visual. O estudo de um gênero, aparentemente corriqueiro, como a capa de revista levou-nos a acreditar na possibilidade de construção de um leitor crítico, aquele que vai além da decodificação e que, sendo socialmente construído, pode posicionar-se diante do que lê, podendo reconhecer, assim, textos ideologicamente marcados.

Referências

AGUIAR, Helvânia Ferreira (2007). Deus está nas bancas – uma reflexão sobre a abordagem da religião na revista Superinteressante. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia Braun, orgs. *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo.

BALOCCO, Anna E (2005). A perspectiva discursivo-semiótica de Gunther Kress: o gênero como um recurso representacional. In: MOTTA-ROTH, Désirée, BONINI, Adair, MEURER, José Luis, orgs. *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola Editorial.

DIONISIO, Ângela Paiva (2005). Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSKI, Acir. M. et all, orgs. *Gêneros textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União das Vitórias, PR: Kaygangue.

_____. (2006). *Intertextualidade e multimodalidade na escrita didática*. Disponível em: <[http:// www.gtlac.com/fdebates.htm](http://www.gtlac.com/fdebates.htm)>. Acesso em: 29 jul. 2006.

FAIRCLOUGH, Norman (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da UNB.

FERREIRA, Janaina Carvalho; BERTOLUZZI, Valeria Iensen (2007). Estudos em multimodalidade: a multimodalidade em capas de revistas de auto-ajuda. *Anais do 4º Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais*. Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, Santa Catarina, Brasil - de 15 a 18 de agosto de 2007.

FOWLER, Roger (2004). Sobre lingüística crítica. *Linguagem em (Dis)curso*. Universidade do Sul de Santa Catarina. - v. I, n. I. Tubarão: Ed. Unisul.

GIBSON, M. (2004). *A Paixão de Cristo* (The Passion of the Christ). Estados Unidos: Icon Productions/Marquis Films Ltd.

JORGE, Sabrina; HEBERLE, Viviane (2002) Análise crítica do discurso de um folder bancário. In: MEURER, José Luis; MOTTA-ROTH, Désirée, orgs. *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. Bauru, SP: EDUSC.

KRESS, Gunther; van LEEUWEN, Theo (1996). *Reading images: the grammar of visual design*. London/New York: Routledge.

MAGALHÃES, Izabel (2005). Introdução: a análise de discurso crítica. D.E.L.T.A., São Paulo, v. 21, n. spe, . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010244502005000300002&ln=pt&nrm=iso> Acesso em: 11 Ago. 2007.

MEURER, José Luis (2005). Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, José Luis; BONINI, Acir; MOTTA-ROTH, Désirée, orgs. *Gêneros: teorias, métodos, debates*. São Paulo: Parábola.

PIMENTA, Sônia Maria O.; SANTANA A., Carolina. D. A. (2007). Multimodalidade e semiótica social: o estado da arte. In: MATTE, Ana Cristina Fricke, org. *Língua(gem), texto, discurso: entre a reflexão e a prática*. v. 2. Rio de Janeiro: Lucerna; Belo Horizonte: FALE/UFMG.

RIGOLIN, Daniele Cristina (2006). *Saliências visual e subjetiva como elementos norteadores na leitura de hipertextos jornalísticos*. Campinas, SP: Instituto de Estudos da Linguagem: Universidade Estadual de Campinas. (Mímeo)

_____. (2002). *A linguagem visual nos artigos da revista Superinteressante: o que mudou e como os leitores reagem a essas mudanças*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas. Relatório de iniciação científica. Disponível em: <<http://ead1.unicamp.br/elang/publicacoes/down/08/08.pdf>>.

SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril, n. 183, dez. 2002.

_____. São Paulo: Abril, n. 199, abr. 2004.

_____. São Paulo: Abril, n. 207, dez, 2004.

WODAK, Ruth (2004). Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. *Linguagem em (Dis)curso*. Universidade do Sul de Santa Catarina. - v. 1, n. 1. Tubarão: Ed. Unisul.