



“Um país que não está no retrato”

Argumentação e imaginários sociodiscursivos em *posts* das páginas *são paulo invisível* e *rio invisível*

Janayna Rocha da Silva

Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil
orcid.org/0000-0003-0364-7988

Ilana da Silva Rebello

Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil
orcid.org/0000-0002-3032-604X

Este trabalho tem como objetivo principal investigar quatro posts que possuem uma forma narrativa e uma dimensão argumentativa, das páginas São Paulo invisível e Rio invisível, veiculados na rede social Facebook, identificando os imaginários sociodiscursivos em relação à população em situação de rua. A hipótese inicial é que há uma disputa de vozes/narrativas. Pauta-se a investigação, prioritariamente, na Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso. No entanto, Recuero (2009) e Santaella (2016) também guiarão a investigação em relação ao discurso digital. Ademais, parte-se do pressuposto de que narrar convence. Assim, as reflexões de Feres (2019) e de Koch e Elias (2018) serão também utilizadas. Por fim, como o olhar é conduzido para corpos que são, a todo momento, invisibilizados e silenciados, o pensamento de Santos (2020) também será um dos fios condutores deste estudo.

Palavras-chave: Argumentação. Imaginários sociodiscursivos. Posts. População de rua.

“Un país que no está en la foto”: argumentación e imaginarios sociodiscursivos en posts de las páginas São Paulo invisível y rio invisível

El principal objetivo de este trabajo es investigar cuatro posts que tienen forma narrativa y dimensión argumentativa, de las páginas São Paulo Invisible y Rio Invisible, publicados en la red social Facebook, identificando los imaginarios sociodiscursivos en relación a la población sin hogar. La hipótesis inicial es que existe una disputa de voces/narrativas. La investigación se basa principalmente en la Teoría Semiolingüística del Análisis del Discurso. Sin embargo, Recuero (2009) y Santaella (2016) también guiarán la investigación en relación con el discurso digital. Además, se supone que narrar convence. Así, también se utilizarán las reflexiones de Feres (2019) y Koch y Elias (2018). Finalmente, como la mirada se dirige a cuerpos que están, en todo momento, invisibles y silenciados, el pensamiento de Santos (2020) será también uno de los hilos conductores de este estudio.

Palabras clave: Argumentación. Imaginarios sociodiscursivos. Posts. Población sin hogar.

“A country that is not in the picture”: argumentation and socio-discursive imaginaries in posts from the pages São Paulo invisível and Rio invisível

This work's main objective is to investigate four posts that have a narrative form and an argumentative dimension, from the pages São Paulo Invisible and Rio Invisible, published on the social network Facebook, identifying the socio-discursive imaginaries in relation to the homeless population. The initial hypothesis is that there is a dispute of voices/narratives. The research is based primarily on the Semiolinguistic Theory of Discourse Analysis. However, Recuero (2009) and Santaella (2016) will also guide the investigation in relation to digital discourse. Moreover, it is assumed that narrating convinces. Thus, the reflections of Feres (2019) and Koch and Elias (2018) will also be used. Finally, as the gaze is directed to bodies that are, at all times, invisible and silenced, the thought of Santos (2020) will also be one of the guiding threads of this study.

Keywords: Argumentation. Sociodiscursive imaginaries. Posts. Homeless population.

Vi ontem um bicho
Na imundície do pátio
Catando comida entre os detritos.

Quando achava alguma coisa,
Não examinava nem cheirava:
Engolia com voracidade.

O bicho não era um cão,
Não era um gato,
Não era um rato.

O bicho, meu Deus, era um homem.
(O Bicho, Manuel Bandeira)

Primeiras Palavras

Em 2019, a Estação Primeira de Mangueira levou para a Marquês de Sapucaí o enredo *História pra ninar gente grande*. O tema, desenvolvido pelo carnavalesco Leandro Vieira, abordava a história do Brasil por um outro ângulo, a Mangueira narrava as *páginas ausentes* de nossa história. Assim, alguns versos do samba de enredo diziam:

Brasil, meu nego/ Deixa eu te contar/ A história que a história não conta / O avesso do mesmo lugar / Na luta é que a gente se encontra / Brasil, meu dengo / A Mangueira chegou / Com versos que o livro apagou / Desde 1500 / Tem mais invasão do que descobrimento / Tem sangue retinto pisado / Atrás do herói emoldurado / Mulheres, tamoios, mulatos / Eu quero um país que não está no retrato. (Manu da Cuíca, Tomaz Miranda, Luiz Carlos Máximo, Vitor Arantes Nunes, Sílvio Moreira Filho e Ronie Oliveira, 2019.)

Afinadas ao verso *Eu quero um país que não está no retrato*, as páginas, objeto de nosso estudo, *São Paulo invisível* e *Rio invisível* surgem. Ambas possuem um estilo semelhante ao da página americana *Humans of New York*. O objetivo das páginas é dar visibilidade à população em situação de rua por meio de *posts* que narram a história de vida dessas pessoas, na rede social *Facebook*.

A página *São Paulo invisível* surgiu em 11 de março de 2014. Foi criada pelo jornalista e ativista Vinicius Lima e pelo cineasta e escritor André Soler. Vinicius e André, estudantes à época, participaram de uma ação organizada pela Igreja Batista da Água Branca na qual deveriam fotografar tudo o que consideravam invisível na cidade de São Paulo. Após o evento, os jovens pensaram que as pessoas em situação

de rua não eram invisíveis, mas as suas histórias. Dessa forma, decidiram começar a contá-las. Em 07 de fevereiro de 2024, a página, no *Facebook*, contava com mais de 400 mil curtidas.

A página *Rio invisível*, inspirada na *São Paulo invisível*, surgiu em 02 de setembro de 2014. Ela foi criada pelo publicitário Nelson Pinho e pela jornalista Yzadora Monteiro. Em entrevista ao site *Rio on Watch*¹, os criadores apontam que “a rua é um lugar de passagem e que os moradores de rua são parte dessa passagem, mas ninguém sabe a história deles”. Em 07 de fevereiro de 2024, a página, no *Facebook*, contava com 86 mil curtidas. Outras capitais brasileiras como Fortaleza e Curitiba também possuem páginas semelhantes.

Segundo a reportagem publicada por Gisele Souza para o site *Tech Tudo*², a empresa *We are social* realizou uma pesquisa na qual revela que a rede social digital mais utilizada pelos brasileiros no ano de 2023 foi o *WhatsApp* – 93,4% dos brasileiros que usam internet no país, utilizam o mensageiro. Em segundo e terceiro lugares respectivamente aparecem o *Youtube*, com 142 milhões de contas, e o *Instagram*, com 113,5 milhões de contas. Contudo, o *Facebook* ainda possui números expressivos em terras brasileiras, contando com 109,1 milhões de usuários ativos, sendo, portanto, a quarta rede social digital mais utilizada. Por intermédio do *Facebook*, muitos brasileiros conhecem o mundo, mantêm contato uns com os outros e usam essa rede social como fonte de notícias.

Como consequência do avanço tecnológico, Recuero (2009) aponta que

[...] o advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa [...] é a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (Recuero, 2009, p. 24).

Dessa forma, o trabalho proposto visa refletir acerca dos relatos postados nas páginas, hospedadas na rede social digital *Facebook*, *São Paulo invisível* e *Rio invisível*. Para tal feito, quatro *posts* – dois de cada página – serão analisados a fim de pensarmos quais imaginários sociodiscursivos são sustentados a partir da dimensão argumentativa das postagens. Assim, para alcançarmos o objetivo proposto, este

¹ Disponível em: <https://rioonwatch.org.br/?p=13132>. Acesso em: 07 fev. 2024.

² Disponível em: <https://techtudo.com.br/listas/2023/07/qual-a-rede-social-mais-usada-em-2023-a-resposta-vai-te-surpreender-edapps.ghtml>. Acesso em: 07 fev. 2024.

trabalho trará na próxima seção os pressupostos teóricos, seguidos da análise do *corpus* e das considerações finais respectivamente.

1. Das ruas para as redes

Com o surgimento da *Web 2.0*, os usuários comuns passaram a ter a possibilidade de produzir conteúdos nos inúmeros ambientes digitais. Dessa forma, há uma transição na qual se passa de mero consumidor a produtor de conteúdos. Segundo Marcuschi e Xavier (2010, p.11), “as inúmeras modificações nas formas e possibilidades de utilização da linguagem em geral e da língua são reflexos incontestáveis das mudanças tecnológicas emergentes no mundo”.

Se pensarmos, por exemplo, nos últimos acontecimentos políticos ocorridos no Brasil, desde o *impeachment* sofrido pela primeira presidenta mulher Dilma Rousseff até a eleição, sustentada pelas redes sociais³, do presidente Jair Bolsonaro, constatamos que as redes sociais se tornaram também um espaço onde os locutores/enunciadores produzem textos/enunciados nos quais colocam em cena uma multiplicidade de pontos de vista, “militando” em prol de suas crenças, seus valores e suas ideologias. Sakamoto (2013 *apud* Queiroz, 2017, p. 3) afirma que

[...] essas tecnologias de comunicação – sobretudo as redes sociais da Internet -, não são apenas ferramentas de descrição, mas sim de construção e reconstrução da realidade. Quando alguém atua por meio de uma dessas redes, não está simplesmente reportando, mas também inventando, articulando, mudando. Isto, aos poucos, altera também a maneira de se fazer política e as formas de participação social.

Milhomens (2009 *apud* Queiroz, 2017, p. 3) conceitua ciberativismo como “o uso de tecnologias digitais ou de informação e comunicação para a mobilização e enfrentamento político, social e/ou cultural”. Nas mídias digitais, muitos usuários, sobretudo jovens, passaram a criar páginas onde se posicionam criticamente acerca de fatos ligados ao contexto social e político, reunindo, em um só espaço, várias formas de expressão, tais como texto, som e imagem. Para Santaella (2016, p. 72), “não é preciso mais do que um celular para que alguém se converta em produtor de informação e com uma capacidade de mobilização dentro e fora das redes”.

³Disponível em: <https://exame.com/brasil/redes-sociais-sustentam-ascensao-de-bolsonaro/>. Acesso em: 06/06/2021.

Nesse viés, as páginas *São Paulo invisível* e *Rio invisível* narram histórias das pessoas em situação de rua em São Paulo e no Rio de Janeiro. De acordo com um diagnóstico feito pelo Governo Federal⁴, em 2022, havia, no Brasil, em dezembro de 2022, 236.400 pessoas em situação de rua e o município com maior concentração de pessoas nessa situação era São Paulo, com 53.853, seguido pelo Rio de Janeiro, com 13.566.

Na ausência de uma política pública eficiente que garanta os direitos básicos da população, o sujeito em situação de rua torna-se invisível aos olhos do Estado e das pessoas comuns. As páginas, ao publicizarem tais narrativas através da internet, contribuem para a construção de uma nova imagem acerca das pessoas em situação de rua, além de conscientizarem e promoverem uma causa.

Boaventura de Sousa Santos (2020) aponta a existência de uma *linha abissal* que marca a divisão radical entre formas de sociabilidade metropolitana e formas de sociabilidade colonial que caracterizou o mundo ocidental moderno. Segundo o autor, “a *linha abissal* produz a não existência, a invisibilidade radical e a irrelevância” (p. 49). Ela cria, portanto, a zona do não ser, fabrica a ‘coisa’ na qual o colonizado é transformado. Santos (2020, p. 49) também aponta que

[...] o colonialismo sob a forma de colonialismo de poder, de conhecimento e de ser, funciona em conjunto com o capitalismo e o patriarcado a fim de produzir exclusões abissais, ou seja, a fim de tornar certos grupos de pessoas e formas de vida social não-existentes, invisíveis, radicalmente inferiores ou radicalmente perigosos, em suma, descartáveis ou ameaçadores.

Os posts, a partir dos discursos que são materializados por meio da confluência entre o verbal e o visual, tentam promover um atravessamento da *linha abissal*, ou seja, há uma busca de tornar visível, humano, o corpo que é invisibilizado e categorizado como sub-humano. Tal tentativa é concretizada nos textos que combinam a forma narrativa com a dimensão argumentativa, permitindo, portanto, que o leitor, em uma atitude projetiva, se identifique com os relatos narrados. Assim, podemos afirmar que narrar pode convencer. Esse será, portanto, o tema da próxima seção.

⁴ Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/população-em-situacao-de-rua/publicações/relat_pop_rua_digital.pdf. Acesso em: 07 fev. 2024.

2. Quem narra convence?

Os textos publicados nas páginas *São Paulo invisível* e *Rio invisível* que narram as histórias de pessoas em situação de rua são constituídos por um contrato de comunicação que apresenta uma dupla finalidade. Primeiramente, é preciso salientarmos que, neste trabalho, a noção de contrato se baseia nos pressupostos de Charaudeau, que define o contrato como

[...] o conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja a sua forma, oral, escrita, monolocutiva ou interlocutiva). É o que permite aos parceiros de uma troca linguageira reconhecerem um ao outro com os traços identitários que os definem como sujeitos desse ato (identidade), reconhecerem o objetivo do ato que os sobredetermina (finalidade), entenderem-se sobre o que constitui o objeto temático da troca (propósito) e considerarem a relevância das coerções materiais que determinam esse ato (circunstâncias) (Charaudeau; Maingueneau, 2016, p.132)

A dupla finalidade do contrato ocorre, tendo em vista que os textos atendem à visada de informação (fazer-saber), já que ao publicar na rede social a história de vida daquelas pessoas, o produtor do texto (eu-comunicante) divulga uma informação a um determinado público – pessoas (tu-interpretante) que seguem a página ou entram em contato com os posts a partir do *Facebook*. Por outro lado, a visada de *pathos* (fazer-sentir) também ocorre, já que o produtor, do mesmo modo, visa captar, por meio da emoção, a atenção de seu público-alvo.

Feres (2019), em *Só acredito lendo: resistência social em contos ilustrados para crianças*, parte do pressuposto de que *narrar convence*. Este trabalho alia-se a este pressuposto tendo em vista que, diferentemente da argumentação estrita, a narração não é impositiva, mas, por meio da identificação do leitor com os actantes e os fatos narrados, é possível haver o convencimento. A autora aponta que

[...] em narrativas, essas estratégias permitem tornar implícita a defesa de uma tese sob a roupagem de um enredo que não só capta a identificação do interlocutor numa atitude projetiva, mas também o convence por causa dessa mesma identificação. A construção textual é preparada para expor dramaticamente fatos, situações, relações pessoais, para que o sujeito interpretante seja não somente afetado pela patemização programada na textualização, mas, indiretamente, convencido de uma ideia, ou ainda levado a agir de uma determinada maneira (Feres, 2019, p.21).

Segundo Charaudeau (2004, p. 33), “narração e argumentação revelariam duas atitudes diferentes, mas complementares do sujeito falante”. Enquanto a narração

apresenta uma atitude projetiva, a argumentação apresenta uma atitude impositiva. Na narração, é permitido ao leitor se identificar com os personagens. Assim, ao descrever as qualidades dos seres do mundo e de suas ações, o produtor do texto não se impõe ao outro (aquele que recebe a narrativa); pelo contrário, ele apresenta ao seu interlocutor um mundo no qual é possível a sua participação.

Em contrapartida, ao produzir a argumentação, o produtor do texto explica o porquê e o como dos fatos, incluindo, dessa forma, o outro – o alvo de sua argumentação – em um certo esquema de verdade. A atitude argumentativa é impositiva porque impõe ao outro o seu modo de raciocínio e seus argumentos. O teórico aponta que “essas duas atitudes se mesclam, se interpenetram em muitos atos de comunicação, mas pode-se considerar que, conforme as situações e o que está em jogo na comunicação, cada uma, a seu turno, será dominante” (Charaudeau, 2004, p. 33).

Koch e Elias (2018, p.23) apontam que “se o uso da linguagem se dá na forma de textos e se os textos são construídos por sujeitos em interação, seus quereres e saberes, então, *argumentar é humano*”. Nesse viés, argumentar não é apenas produzir uma sequência de frases ou de proposições ligadas por conectores lógicos, pois, muitas vezes, a argumentação encontra-se na parte implícita do ato de linguagem. Dessa forma, a argumentação ocorre quando o sujeito que argumenta está imbuído de uma convicção, que será explicada e transmitida ao interlocutor, com o intuito de convencê-lo a modificar o seu comportamento e/ou pensamento.

Segundo Charaudeau (2016, p. 206), a argumentação deve estar pautada em três fatores:

[...] uma proposta sobre o mundo que provoque um questionamento, em alguém, quanto à sua legitimidade (um questionamento quanto à legitimidade da proposta).

[...] um sujeito que se engaje em relação a esse questionamento (convicção) e desenvolva um raciocínio para tentar estabelecer uma verdade (quer seja própria ou universal, quer se trate de uma simples aceitabilidade ou de uma legitimidade) quanto a essa proposta.

[...] um outro sujeito que, relacionado com a mesma proposta, questionamento e verdade, constitua-se no alvo da argumentação. Trata-se da pessoa a que se dirige o sujeito que argumenta, na esperança de conduzi-la a compartilhar da mesma verdade (persuasão), sabendo que ela pode aceitar (ficar a favor) ou refutar (ficar contra) a argumentação.

Dessa forma, argumentar é, para o referido autor, uma atividade discursiva que, por parte do sujeito argumentante, participa de uma dupla busca: a busca de racionalidade e a busca de influência. A busca de racionalidade advém do ideal de verdade quanto à explicação de fenômenos do universo, já a busca de influência visa atingir o interlocutor ao ponto em que ele “compre” a verdade enunciada pelo locutor.

Charaudeau (2016) aponta que toda relação argumentativa é composta por três elementos: uma asserção de partida (dado, premissa), uma asserção de chegada (conclusão, resultado) e uma (ou várias) asserção/asserções de passagem/passagens (inferência, prova, argumento). A asserção de partida é um enunciado acerca de um fato do mundo, já a asserção de chegada é a conclusão realizada a partir da asserção de partida, enquanto a asserção de passagem é a justificativa estabelecida entre a asserção de partida e a de chegada, a partir da relação de causalidade que as une.

Ademais, Charaudeau (2016) também aponta que nem toda asserção será argumentativa. Para haver argumentação, é necessário que a asserção esteja inscrita em um *dispositivo argumentativo*. Para o teórico (2016), o dispositivo argumentativo é composto por três elementos: Proposta, Proposição e Persuasão. Quando a asserção e o encadeamento das asserções se combinam, tem-se uma Proposta. Contudo, o sujeito que argumenta precisa tomar posição em relação à Proposta emitida – seja por ele, seja por um outro. Ao tomá-la, a Proposição é concebida. Finalmente, o sujeito argumentante precisa explicar o porquê está de acordo ou não com a Proposta, desenvolvendo, portanto, a Persuasão.

Nos posts sob análise, das páginas *São Paulo invisível* e *Rio invisível*, predomina o modo de organização do discurso narrativo (Charaudeau, 2016), tendo em vista que histórias são relatadas. No entanto, Charaudeau (2004) salienta que há textos reconhecidamente argumentativos e outros em que há uma organização persuasiva implícita. Acreditamos, portanto, que o corpus sob análise faça parte do segundo tipo, pois as páginas aliam o modo narrativo a uma dimensão argumentativa (Amossy, 2020), visando captar o leitor ao seu projeto de dizer. Segundo Amossy (2020), o discurso que busca a adesão do sujeito a uma tese é prototipicamente argumentativo e, por isso, tem uma *visada* argumentativa. Por outro lado, o discurso que busca modificar a orientação dos modos de ver e de sentir não é, em sua essência, argumentativo, mas apresenta uma *dimensão* argumentativa. Assim, quando a argumentação é implícita, o texto não especifica o quadro argumentativo,

sendo necessário interpretar asserções simples como participantes de uma Proposta, de uma Proposição e de um ato de Persuasão.

Corroboram também para a captação do leitor as fotografias. Os posts são construídos por meio da aliança entre a parcela verbal e a parcela visual que, juntas, formam um todo significativo. Neste trabalho, pensaremos a parcela visual a partir dos estudos de Barthes (1990) acerca da significação de imagens. Para o autor, as imagens possuem um caráter denotado (a pura representação do objeto) e outro conotado (simbólico). Ao apontarem diretamente para os objetos do mundo real, as imagens apresentam uma característica icônica, estabelecendo, portanto, uma relação de denotação com a realidade apresentada. Por outro lado, elas também apresentam a característica de conotação, tendo em vista que, em contato com os dados da situação comunicativa, as intencionalidades do sujeito produtor e os saberes partilhados entre este e seu interlocutor adquirem significações que ultrapassam o mostrado e se estabelecem em valores indiciais e simbólicos.

Dessa forma, os posts de *São Paulo invisível* e *Rio invisível* apresentam uma construção textual que alia as parcelas verbal e a imagética, buscando expor, por meio da dramaticidade, a história de vida das pessoas em situação de rua. O texto é produzido por intermédio de uma ‘roupagem’ narrativa, mas com finalidade argumentativa, já que busca a adesão do interlocutor à construção de um novo imaginário acerca desses indivíduos. Feitas essas breves considerações, a próxima seção discorrerá sobre os imaginários sociodiscursivos que, materializados nos discursos, reproduzem, muitas vezes, preconceitos.

3. Os imaginários sociodiscursivos

Charaudeau (2015, p. 190) afirma que “o homem tem tanta necessidade da realidade para significá-la quanto a realidade tem necessidade do homem para ser significada”. Nesse sentido, o teórico estabelece uma distinção entre realidade e real significante. A realidade corresponde ao mundo empírico, é um lugar de não significação que se impõe ao homem em seu estado bruto. Já o real significante corresponde ao mundo dotado de significado, ou seja, ao mundo semiotizado por meio da atividade significante em suas diversas operações mentais: denominação, caracterização e explicação.

Partindo dessas considerações, Charaudeau (2017, p. 578) postula que:

[...] o imaginário é uma forma de apreensão do mundo que nasce na mecânica das representações sociais, a qual, conforme dito, constrói a significação sobre os objetos do mundo, os fenômenos que se produzem, os seres humanos e seus comportamentos, transformando a realidade em real significante.

Assim, é por meio dos imaginários que o homem imprime significação ao mundo que lhe é apresentado. Charaudeau os qualifica como imaginários sociodiscursivos. *Imaginários* porque são imagens que interpretam a realidade; *social* porque são concretizados por meio de comportamentos sociais e das atividades coletivas; *discursivos* porque essa concretização ocorre por meio do discurso, na medida em que seu sintoma é a fala. O teórico aponta que

[...] os grupos sociais produzem discursos de configuração diversa que dão sentido a essas materializações. Uns se fixam em textos escritos (ou na tradição oral) de maneira mais ou menos imutável e assim podem ser transmitidos de geração em geração: as doutrinas religiosas, as teorias científicas, os manifestos políticos ou literários. Outros circulam nas comunidades sob configurações variáveis, às vezes mais estáveis, como os provérbios, as máximas e os ditados, às vezes menos, como os torneios de linguagem ou as frases circunstanciais, mas cuja variedade não altera seu sentido de base contido em uma espécie de núcleo semântico mais estável. [...]. Os imaginários sociodiscursivos circulam, portanto, em um espaço de interdiscursividade. Eles dão testemunho das identidades coletivas, da percepção que os indivíduos e os grupos têm dos acontecimentos, dos julgamentos que fazem de suas atividades sociais (Charaudeau, 2015, p. 206-207).

Mendes *apud* Reis, Guimarães e Rodrigues (2013) destaca que as imagens produzidas ou projetadas por uma determinada sociedade também são sintomas do imaginário. Dessa forma, os imaginários são verbo-icônicos, já que se encontram tanto nas manifestações verbais quanto nas imagéticas. De acordo com Charaudeau (2022), os imaginários sociodiscursivos são estruturados a partir de sistemas de pensamento que são organizados por dois tipos de saberes: os saberes de conhecimento e os saberes de crença.

Os saberes de conhecimento são fundados a partir de uma verdade exterior ao homem, em outras palavras, é o mundo que se impõe ao homem. Eles dizem respeito aos fatos do mundo, sendo fundados por meio da razão. Dão origem a dois tipos de saberes: o saber científico e o saber de revelação.

O saber científico é aquele que é comprovado cientificamente, presente, por exemplo, nas teorias. Trata-se, portanto, de um “saber *objetivante*”, que independe do sujeito que o enuncia (Charaudeau, 2022, p. 28). Já o saber de revelação é

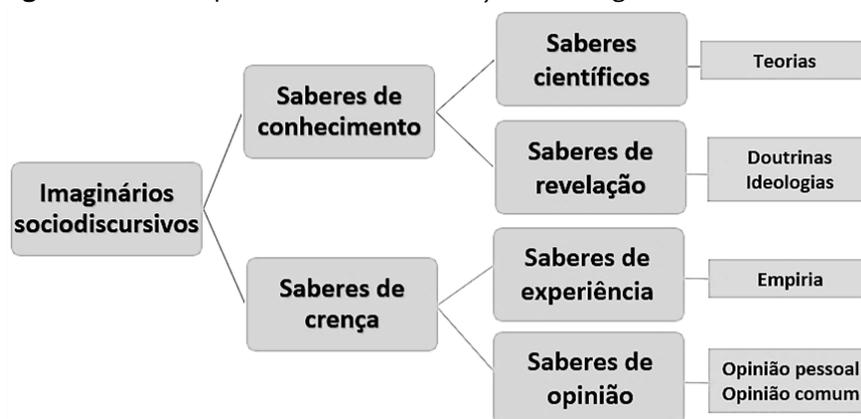
“completamente fechado em si mesmo, e os discursos que os sustentam se apresentam sob a forma de evidência”, por exemplo, as doutrinas e as ideologias (Charaudeau, 2022, p. 30). Assim como o saber científico, a fonte de verdade do saber de revelação também é externa ao sujeito.

Os saberes de crença são fundados a partir de julgamentos feitos pelo homem sobre o mundo, em outras palavras, agora, é o homem que se impõe ao mundo. Eles são construídos a partir de juízos de valor, sendo provenientes de uma avaliação axiológica feita pelo homem acerca dos fatos. Tais saberes circulam na sociedade e embora aconteçam, muitas vezes, de forma inconsciente, também são responsáveis por moldar a nossa percepção acerca do mundo que nos cerca. Dão origem a dois tipos de saberes: o saber de experiência e o saber de opinião.

O saber de experiência ocorre por intermédio do indivíduo e de sua experiência com o mundo, ou seja, não é comprovado cientificamente, mas por intermédio das vivências do ser. O saber de opinião, por outro lado, é construído por meio de uma avaliação axiológica. O sujeito não enuncia uma verdade sobre o mundo, mas um ponto de vista sobre as verdades do mundo. Assim, ao passo que o saber de experiência depende de uma experimentação do sujeito, o saber de opinião depende apenas que o sujeito enuncie um julgamento de valor pessoal ou comum sobre os seres ou os acontecimentos do mundo. O saber de opinião produz, assim, a opinião pessoal ou a opinião comum (esta última, no sentido de coletiva).

A fim de deixarmos a explanação mais clara, segue um quadro a partir dos conceitos postulados por Charaudeau (2022):

Figura 1 – Saberes que influenciam a formação dos imaginários sociodiscursivos



Fonte: Elaboração das autoras, a partir de Charaudeau (2022).

É importante salientarmos que a linha divisória entre esses dois grandes saberes – de conhecimento e de crença - é muito tênue. Dessa forma, o sujeito pode, para um determinado fim, utilizar um saber no lugar do outro.

Os imaginários sociodiscursivos, portanto, são construídos a partir dos saberes apresentados e circulam socialmente, construindo e reconstruindo formas de pensar o mundo por intermédio dos discursos. A partir de agora, iniciaremos a análise do nosso *corpus*, a fim de compreendermos se a partir da argumentação, os *posts* publicados nas páginas *São Paulo invisível* e *Rio invisível* constroem novos imaginários ou cristalizam as imagens já existentes acerca da população em situação de rua. Vamos à análise.

4 .Uma reflexão acerca da população em situação de rua nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro: análise do *corpus*

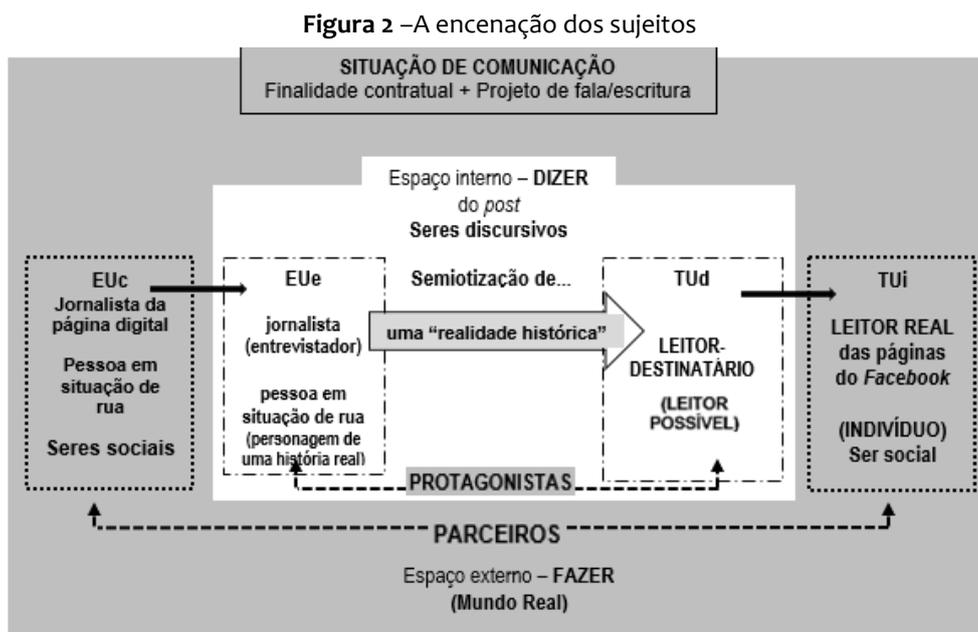
Para esta pesquisa, selecionamos quatro *posts* – dois de cada página. As publicações selecionadas da *São Paulo invisível* apresentam como tema o frio. Já as da *Rio invisível* versam sobre o Natal. Como já mencionado anteriormente, o nosso olhar buscará investigar como esses textos, prototipicamente narrativos, produzidos em ambiente digital, argumentam, a fim de construírem imagens acerca da população em situação de rua.

Em todos os *posts*, de acordo com a teoria Semiolinguística, há um eu-comunicante (ser social), um tu-destinatário (interlocutor idealizado, discursivo), um eu-enunciador (ser discursivo) e um tu-interpretante (leitor real da página do *Facebook*, ser social). O eu-comunicante (entrevistador das páginas digitais) reproduz, na maior parte das *postagens*, entre aspas, relatos de pessoas em situação de rua (ser social, a quem é dado o direito de falar, e, por isso, põe em cena também um eu-enunciador). Nos *posts*, tem-se, assim, o discurso relatado citado que, segundo Charaudeau (2008), produz uma ideia de neutralidade e corrobora para a construção da credibilidade do veículo de comunicação.

Ainda sobre os sujeitos, ao fornecer a entrevista, a pessoa em situação de rua, ou seja, o eu-comunicante que passa a eu-enunciador no espaço do dizer, idealiza como tu-destinatário, a princípio, o próprio jornalista, aquele que está disposto a ouvir uma história de vida. No entanto, ao ser publicada, outros sujeitos têm acesso à entrevista e não apenas o jornalista que propôs o ato de linguagem. Da mesma forma, ao proceder à entrevista, o primeiro tu-destinatário idealizado pelo jornalista

é a pessoa em situação de rua. Por outro lado, ao elaborar o *post*, o tu-destinatário idealizado passa a ser os leitores da página do Facebook.

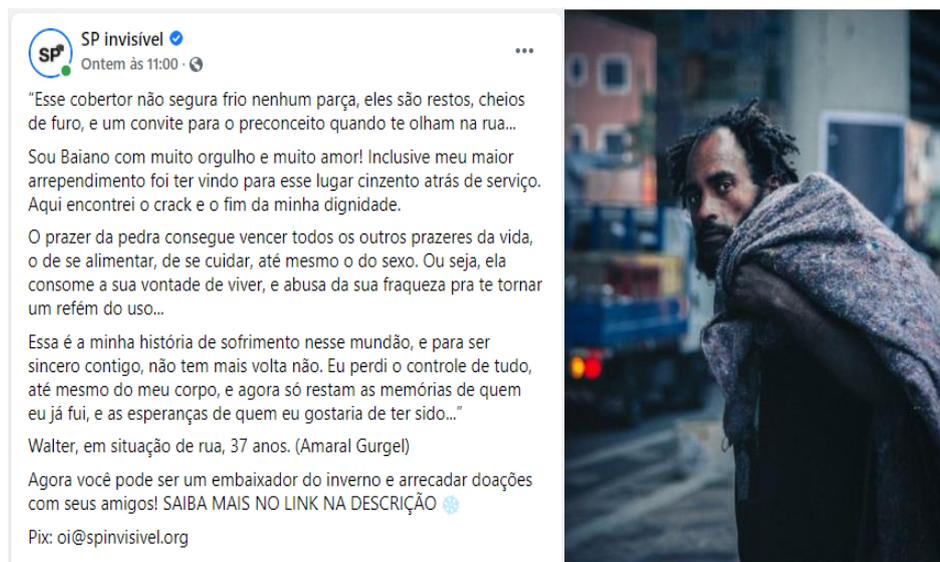
Na figura a seguir, são explicitados os sujeitos que participam da situação de comunicação descrita.



Fonte: Elaboração das autoras, a partir de Charaudeau (2006).

Iniciaremos à análise a partir da página *São Paulo invisível*. Segue o primeiro relato:

Figura 3 – Corpus 1: Relato Walter



Fonte: www.facebook.com/spinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

O relato postado em 18 de junho de 2021 narra a história de Walter, homem negro de 37 anos, que vive em situação de rua na cidade de São Paulo. A postagem contava, em 07 de fevereiro de 2024, com 2200 interações por meio de *emojis*. As redes sociais são um ambiente propício à interação, tendo em vista que alimentam um diálogo entre texto e usuários e entre usuários sobre o texto. No *Facebook*, os *emojis* funcionam como uma reação do usuário à postagem. No relato de Walter, o *emoji* mais recorrente foi o que simboliza a tristeza: mil e cem reações.

Figura 4 –Reações à postagem



Fonte: www.facebook.com/spinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

Sendo assim, verificamos que, além do *post* promover a visibilização de Walter e de sua trajetória, pela visada de informação, promove também o sentir, fazendo com que o interlocutor materialize, por meio de um ícone, o que supostamente sentiu ao entrar em contato com a postagem. Soares (2017 *apud* Pereira; Brunieri, 2018, p. 61) aponta que

[...] narrativas pessoais não estão “prontas”; são trabalhos minuciosos de composição: é preciso escolher o ângulo, as palavras, os melhores enredos, o ritmo mais adequado pra que de fato ela seja capaz de se conectar com o outro. Se a arte pressupõe que exista um trabalho de transformação, humanizador e crítico, não consigo encontrar uma justificativa que me diga que essas narrativas não possam ser chamadas como tal. [como literatura] Porém, amo mais ainda dizer que não faz diferença que isso seja ou não chamado de arte ou literatura, pois o que importa é o quanto entrar em contato com esse tipo de história pode ser transformador.

As narrativas pessoais podem transformar tanto o sujeito contador como o sujeito que a ouve ou que a lê. A biografia é um gênero textual por meio do qual o autor narra a história de vida de uma ou mais pessoas. Tanto na página *São Paulo invisível* quanto na *Rio invisível*, há um amálgama entre a biografia e a autobiografia, tendo em vista que os *posts* divulgados, na rede social, são produzidos a partir de conversas face a face entre os autores e as pessoas em situação de rua, protagonistas dos relatos.

Assim, nas páginas, há uma tentativa de resguardar a autobiografia, já que os autores buscam divulgar as histórias conforme os relatos fornecidos pelos sujeitos que as viveram. Há uma busca em transmitir uma verdade íntima e individual, que expõe as dores e os desejos dos indivíduos em situação de rua. Segundo Moura, “se o que dizem é ou não verdade, não depende do que está escrito nem de que maneira, mas de como será lido. Cada leitor buscará sua porção de verdade ou mentira” (2014 *apud* Pereira; Brunieri, 2018, p. 61).

Como mencionamos anteriormente, os leitores das páginas interagem por meio dos *emojis* que indicam alguma reação e também por intermédio dos comentários. Nesses comentários, algumas vezes, os leitores constroem enunciados como se estivessem dialogando diretamente com os autores dos relatos, ou seja, com as pessoas em situação de rua. Há, portanto, uma identificação com a história narrada, como podemos observar no seguinte comentário realizado na narrativa de Walter:

Figura 5 –Comentários



Fonte: www.facebook.com/spinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

No relato, Walter desabafa: “Essa é a minha história de sofrimento nesse mundão, e para ser sincero contigo, não tem mais volta não”. Em um movimento responsivo, a leitora da figura 2 dirige-se, diretamente, a ele: “Tem volta sim, Walter”. Há, portanto, nesse caso, reconhecimento e adesão à estratégia de captação, construída por intermédio do fazer-saber e do fazer-sentir.

As pessoas em situação de rua são invisibilizadas na paisagem urbana, não possuindo nem imagem, nem história própria. É por meio de seus corpos que resistem à aniquilação imposta pelas cidades, seja pela violência, seja pela arquitetura. Ao publicizar as histórias, pelas narrativas, tais indivíduos passam a ser actantes responsáveis por um enredo. Assim, a narração faz com que o leitor se projete no relato narrado e, conseqüentemente, adira ao projeto de dizer construído pela página. Além disso, a fotografia, ao lado do relato, presentifica a realidade, dando mostra ao sujeito leitor (tu-interpretante) de uma parcela do real que é do interesse do sujeito que comunica.

No relato, Walter é o actante cuja vida foi atravessada pelas drogas. O enredo é construído por uma sucessão de ações que se influenciam e se transformam progressivamente: Walter sai de sua terra natal, Bahia, em busca de emprego em São Paulo. Posteriormente, tem contato com as drogas, viciando-se em crack. Em seguida, torna-se refém de seu vício, acreditando, portanto, que não há mais “salvação” para ele.

É possível, a partir dos postulados de Charaudeau (2016) acerca do dispositivo argumentativo, interpretarmos como *Proposta* que o crack retira todos os prazeres da vida (o de se alimentar, o de se cuidar e, até mesmo, o de fazer sexo). O comunicante ao enunciar tal *Proposta*, adere a ela, e inicia a *Persuasão*, por meio da expressão explicativa ‘Ou seja’, na qual ele reafirma que o consumo de crack retira do indivíduo a vontade de viver, além de torná-lo um refém do uso. Sendo assim, a dimensão argumentativa do texto busca engajar o interlocutor à *Proposta* apresentada.

A história, embora possua um formato narrativo, busca agir sobre o outro, fazendo com que o leitor tome uma posição diante da realidade mostrada. De forma mais específica, o *post* narra, mas também visa convencer o leitor de que existem pessoas invisibilizadas pelo poder público e pela própria população, de maneira geral, e “convida” o leitor a fazer uma contribuição financeira, tornando-se um “embaixador do inverno”. O relato e a foto constituem um todo significativo e podem mexer com as emoções do leitor. Nesse sentido, o relato de Walter revela a história por trás daquele corpo, completamente desacreditado, que habita às ruas de São Paulo, aponta para o preconceito sofrido e defende a tese de que não se deve discriminar, mas ajudar a população em situação de rua, tornando-se um “embaixador do inverno”.

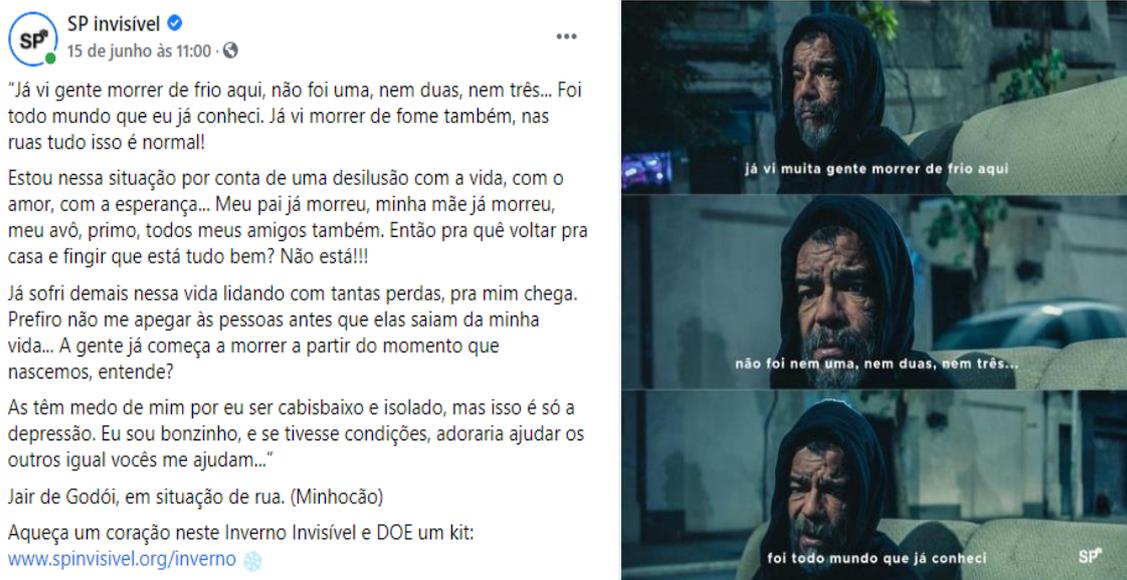
A parcela imagética do *post* aponta, no plano denotado, para um homem negro, na rua, segurando um cobertor que, segundo o próprio Walter, é “resto”, por isso, está cheio de furos, não “segura o frio” e contribui para o preconceito. No plano conotado, ao acionarmos o nosso saber de experiência, é possível inferir que o homem habita às ruas. O cobertor em suas mãos funciona como um ícone⁵, já que, em nossa sociedade, é muito comum pessoas em situação de rua andarem

⁵ Dependendo do modo como se estabelece a relação entre signo e referente, para Peirce (2010), um signo pode ser denominado *ícone*, *índice* ou *símbolo*. O *ícone* representa um signo cuja conexão com o objeto fundamenta-se em um certo tipo de similaridade; o *índice*, em uma relação de contiguidade e, por último, o *símbolo*, em uma convenção.

carregando seus poucos pertences como o Walter na foto. Barthes (1990), ao se referir à fotografia, afirma que, mesmo sendo uma imagem única, fixa, também é polissêmica. Não é o real, mas é uma imagem que se assemelha a algo da realidade, o seu original, funcionando como um ícone.

O segundo relato analisado é o de Jair de Godói. A postagem foi realizada no dia 15 de junho de 2021 e obteve, até o dia 07 de fevereiro de 2024, 5.700 interações, 64 comentários e 893 compartilhamentos. O compartilhamento permite que o conteúdo original de um post seja republicado na página de um usuário. Tal ação expande o enunciado, já que ele passa a ser visto pelos amigos, fãs ou seguidores de quem compartilhou. Segue a história de Godói:

Figura 6 –Corpus 2: Relato Jair Godói



SP invisível
15 de junho às 11:00

"Já vi gente morrer de frio aqui, não foi uma, nem duas, nem três... Foi todo mundo que eu já conheci. Já vi morrer de fome também, nas ruas tudo isso é normal!

Estou nessa situação por conta de uma desilusão com a vida, com o amor, com a esperança... Meu pai já morreu, minha mãe já morreu, meu avô, primo, todos meus amigos também. Então pra quê voltar pra casa e fingir que está tudo bem? Não está!!!

Já sofri demais nessa vida lidando com tantas perdas, pra mim chega. Prefiro não me apegar às pessoas antes que elas saiam da minha vida... A gente já começa a morrer a partir do momento que nascemos, entende?

As têm medo de mim por eu ser cabisbaixo e isolado, mas isso é só a depressão. Eu sou bonzinho, e se tivesse condições, adoraria ajudar os outros igual vocês me ajudam..."

Jair de Godói, em situação de rua. (Minhocão)

Aqueça um coração neste Inverno Invisível e DOE um kit:
www.spinvisivel.org/inverno

já vi muita gente morrer de frio aqui

não foi nem uma, nem duas, nem três...

foi todo mundo que já conheci

Fonte: www.facebook.com/spinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

Em relação ao dispositivo argumentativo, a *Proposta* é apresentada no primeiro parágrafo: Godói já viu diversas pessoas morrerem de frio na cidade de São Paulo. Sendo assim, o post pretende, a partir de um relato de alguém que possui um saber de experiência, logo há legitimidade em seu dizer, persuadir o interlocutor a fim de que ele se sinta estimulado a doar um kit para a campanha realizada.

Além disso, o relato aponta a causa de Jair viver em situação de rua: a perda de seus familiares. Tal apontamento é bastante interessante, já que rompe com um dos estereótipos presentes em nossa sociedade: normalmente, acredita-se que os

motivos principais de as pessoas viverem em situação de rua são o vício em drogas/bebidas ou a falta de uma casa. Outro ponto relevante é a qualificação que o próprio eu-enunciador (Godói) atribui a si: cabisbaixo, isolado e bonzinho. Os dois primeiros adjetivos revelam um Jair solitário, soturno, a causa de muitas pessoas sentirem medo de se aproximar dele. Contudo, a construção iniciada pela conjunção adversativa “mas” aponta o verdadeiro motivo de ele possuir tais atributos: a depressão. Em contrapartida, o adjetivo “bonzinho” reforça a ideia de que não há razão para o medo em relação a Jair. O *post*, portanto, também busca visibilizar perdas e doença, ou seja, focaliza situações inerentes à condição humana.

Na postagem, o signo imagético é composto por uma colagem de três fotos de Jair Godói. Na parcela denotada, vemos Godói vestindo um casaco com capuz preto, sentado sozinho em um sofá. O plano de fundo da composição da imagem nos revela que o sofá se encontra na rua. A imagem, portanto, corrobora com a parcela verbal do texto: Jair é um homem que vive nas ruas. Na parcela conotada, é possível inferir que o signo icônico casaco funciona também como índice, pois aponta para o frio da cidade de São Paulo. Novamente, ao final do *post*, há o convite para que o leitor (tu-interpretante) faça uma contribuição financeira para a página *spinvisível*, que se propõe a ajudar as pessoas em situação de rua.

Passaremos, neste momento, às postagens realizadas pela página *Rio invisível*.

Figura 7 – Corpus 3: Relato Edson



RIO invisível
11 de dezembro de 2020 · 🌐

“Hoje eu não tenho mais prazer no Natal porque eu não tenho família. Mas entendi o motivo de as pessoas gostarem. Se eu pudesse pedir algo no Natal, pediria paz. Eu tenho paz, mas eu gostaria de ajudar ao próximo, gostaria que as pessoas viessem até mim e conversassem comigo, assim como você está fazendo agora.

Todo mundo na rua tem uma história, mas, nós que estamos na rua, sentimos muita falta de carinho e de atenção. Precisamos disso para que sejamos mais amáveis e menos revoltados. Muitas pessoas nas ruas estão nessa situação por questão de perdas familiares, ausência de família, entre outros motivos, então a gente fica à deriva da tristeza e acabamos nos entregando.

Meu nome é Edson Rodrigues Magalhães. Nasci na Bahia, em Salvador, e tenho muita saudade de lá. Hoje tenho 53 anos e estou em situação de rua há 8 anos. O meu motivo foi perda familiar, minha esposa faleceu e eu não aguentei, acabei me afundando no álcool e na depressão.

Meu sonho hoje é voltar no tempo ou poder reconstruir minha família e sair dessa situação. Eu sempre estou triste, às vezes a gente dá uma risadinha, mas a tristeza vem”.

Seja o carinho e a atenção que o Édson deseja. Neste Natal, esteja presente ao nosso lado entregando presentes por todo o Brasil. Conheça nossa campanha no link:
<https://www.brinvisivel.org/natalinvisivel>

Fonte: www.facebook.com/rioinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

Edson inicia o seu relato dizendo que não tem mais prazer no Natal porque não tem família. Na sequência, ele demonstra o desejo de pedir algo no Natal, contudo, por meio de um enunciado iniciado por uma conjunção condicional, demonstra incerteza acerca dessa possibilidade: “se eu pudesse pedir algo no Natal pediria paz”. Assim, vemos que o desejo de Edson é a paz, mas não para si, já que, segundo ele, é algo que já possui, mas para o próximo: “Eu tenho paz, mas gostaria de ajudar ao próximo”. Edson, portanto, cria uma imagem de si (um *ethos*) de alguém preocupado com o próximo, alguém que visa ao bem-estar do outro.

Na sequência, o eu-enunciador da narrativa constrói uma argumentação na qual a Proposta defendida pode ser entendida como “toda pessoa em situação de rua precisa de carinho e atenção para ser amável ao invés de revoltada”. Nesse viés, podemos depreender que há um desejo por reconhecimento, por afeto. De acordo com o pensamento de Boaventura de Sousa Santos (2020), há uma busca por atravessar a *linha abissal*, uma busca por romper a zona do não-ser.

Além disso, o leitor é apresentado ao motivo que levou Edson às ruas: o falecimento da esposa. Assim, mais uma vez, a perda familiar é a razão para que essas pessoas estejam em situação de rua. A narrativa é finalizada com o desejo de mudança. Tal “sonho”, contudo, é passível de ser alcançado por meio da reconstrução familiar. Dessa forma, o discurso fomentado pela página, que é materializado por meios desses relatos, aponta que há por parte das pessoas em situação de rua o desejo de sair dessa condição.

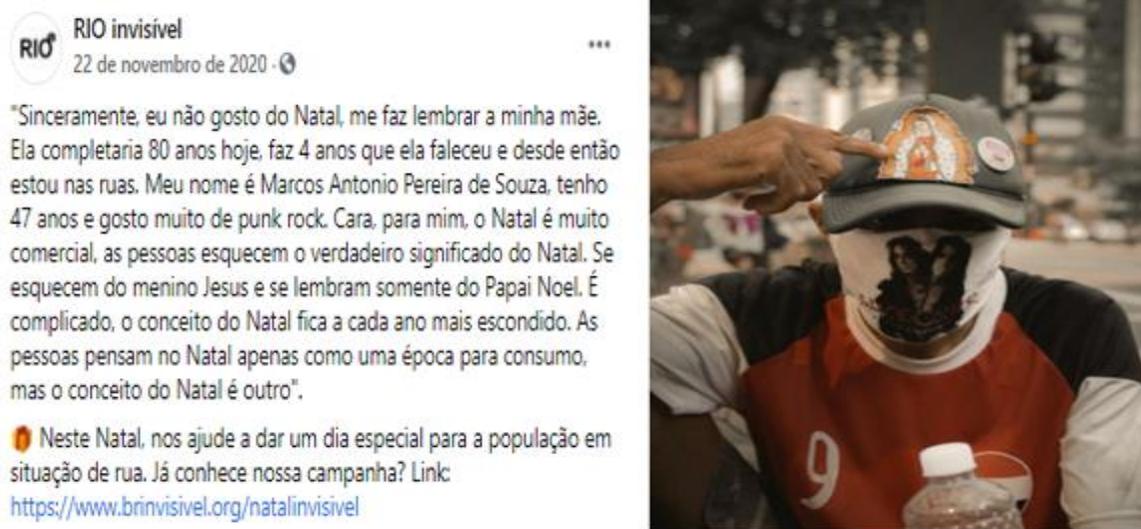
Em relação à parcela imagética, no plano denotado, observamos, em primeiro plano, um homem sentado com braços cruzados, cabeça inclinada e leve sorriso em seu rosto. Atrás dele, há uma lona que parece uma barraca improvisada. Essas informações são inferidas a partir da codificação dos elementos representados na foto. No plano conotado, é possível depreender que o homem habita aquele espaço. As marcas de expressão, assim como a pele “castigada” pelo sol podem representar uma vida permeada por dificuldades e sofrimento. Vale destacarmos que o leve sorriso em seu rosto coaduna com o enunciado “Eu sempre estou triste, às vezes a gente dá uma risadinha, mas a tristeza vem”.

O relato é finalizado com um convite ao leitor: “Seja o carinho e a atenção que o Edson deseja. Neste Natal, esteja presente ao nosso lado entregando presentes por todo o Brasil”. Ambas as páginas - *São Paulo invisível* e *Rio invisível* - constroem os seus posts de forma semelhante: após levarem o leitor a fazer-saber e fazer-sentir,

finalizam a publicação com a visada de incitação. Há, portanto, uma tentativa de fazer com que o leitor, depois de conhecer e se emocionar com a história apresentada, contribua financeiramente.

Por fim, segue o último relato.

Figura 8 – Corpus 4: Relato Marcos Antonio



Fonte: www.facebook.com/rioinvisivel. Acesso em: 07 fev. 2024.

Nesse post, o leitor é levado a conhecer a história de Marcos Antônio. Marcos não gosta do Natal, pois é uma data que o faz lembrar de sua mãe já falecida. Em mais um relato, a perda familiar é o que impulsiona o indivíduo a viver em situação de rua. Ao se descrever, ele revela apenas três informações sobre si: nome, idade e gosto musical. Em seguida, Marcos defende a Proposta de que as pessoas esqueceram o significado do Natal, já que, ao invés de pensarem em Jesus, pensam apenas em Papai Noel, sendo assim, o Natal é visto só pela ótica do consumo. Além dessa argumentação *stricto sensu*, é possível inferirmos que todos os relatos analisados carregam, implicitamente, a tese de que os moradores de rua têm uma história, logo não deveriam ser invisíveis nem aos olhos da sociedade, nem aos do Estado.

Interessante comentar que, diferentemente do convite final do post 3, no 4, o eu-enunciador jornalista incita o leitor a “dar um dia especial para a população em situação de rua” e não um presente e isso, provavelmente, para ser coerente com o desabafo do entrevistado que critica o aspecto mercadológico do Natal.

Em relação à parcela imagética, há, no plano denotado, um homem, com o rosto coberto, usando um boné, segurando uma garrafa e sentado no chão. Esse homem aponta para a imagem de uma santa, pregada com alfinetes, em seu boné. No plano conotado, é possível depreendermos que se trata de um homem religioso, alguém que, embora esteja passando por adversidades, possui fé. Assim, novamente, o *post* busca humanizar as pessoas que vivem em situação de rua, levando o leitor a refletir acerca de corpos que, aparentemente, apresentam uma forma de ser no mundo dessemelhante daquela de quem os lê, por exemplo. Contudo, quando a história por trás do corpo é trazida a público, vemos pessoas marcadas pela vida, que precisam ser escutadas e assistidas, e não rotuladas.

Considerações finais

Ao utilizarem um espaço potencialmente democrático, as páginas *São Paulo invisível* e *Rio invisível*, por meio dos relatos das pessoas em situação de rua, em certa medida, dão visibilidade a corpos invisibilizados pelo poder público e pela sociedade. Tais narrativas são construídas pela fusão entre a biografia e a autobiografia, tendo em vista que, ao mesmo tempo em que as postagens são produzidas pelos moderadores das páginas, elas nascem a partir da reprodução dos relatos coletados pelas ruas das cidades.

Nesse sentido, o eu-comunicante, enquanto jornalista, cede espaço para que um sujeito socialmente discriminado – a pessoa em situação de rua - tenha voz e se assuma como a protagonista da própria história. Obviamente, sabemos que não se trata de uma abertura inocente para esse protagonismo. Pelo contrário, é uma forma de o veículo midiático mostrar uma aparente neutralidade diante dos fatos narrados, sensibilizar o leitor e conquistar, direta ou indiretamente, o patrocínio.

Os relatos são prototipicamente narrativos. No entanto, apresentam uma dimensão argumentativa. Assim, o leitor, ao se projetar na narrativa, é persuadido em relação à tese defendida. O locutor constrói uma tese que, por sua vez, é atravessada por imaginários acerca da população em situação de rua. Nos relatos analisados, podemos observar que o uso de drogas, por exemplo, aparece, em alguns momentos, cristalizando imaginários presentes em nossa sociedade. Por outro lado, a depressão, a fé, a saudade da família e a vontade de recomeçar aparecem construindo, possivelmente, uma nova imagem acerca da população em situação de rua. Ademais, a postagem em si, ao revelar o que há por trás dos corpos

invisibilizados, promove um imaginário outro acerca desses cidadãos, já que cria uma transposição da linha abissal, ou seja, os corpos saem da categoria de sub-humano e passam a ocupar a de humano, levando, portanto, o leitor a se identificar, a ter empatia.

Buscamos, portanto, com este trabalho refletir acerca dos discursos que permeiam as pessoas em situação de rua. Este trabalho coaduna-se com as palavras de Bakhtin (1998, p.95):

Não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou coisas más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis etc. *A palavra está sempre carregada de um conteúdo ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida.* (Destques nossos)

Acreditamos, portanto, que seja urgente refletir sobre quais imagens circulam em nossa sociedade no que tange às pessoas que se encontram em condição de vulnerabilidade social; atravessar a *linha abissal* se faz a cada dia mais imprescindível, pois só assim teremos ‘no retrato’ um país plural.

Referências

- AMOSSY, R. **A argumentação no discurso**. Coordenação da tradução: E. L; Piris e M. Olímpio-Ferreira. Tradução: Â. M. S. Corrêa et al. São Paulo: Contexto, 2020.
- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1998.
- BARTHES, R. A retórica da imagem. In: BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso**: ensaios críticos. Tradução: Léa Novaes. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990. p.27-43.
- CHARAUDEAU, P. **A manipulação da verdade**: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade. Tradução: D. Cunha e A. Araújo. São Paulo: Contexto, 2022.
- CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. Tradução: A. L. S. e R. M. Angrisano. **Entrepalavras**, v. 7, p. 571-591, 2017.
- CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. Coordenação da tradução: Â. M. S. Corrêa e I. L. Machado. São Paulo: Contexto, 2016.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. 2. ed. Tradução: Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2015.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução: A. M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

- CHARAUDEAU, P. A argumentação talvez não seja o que parece ser. Tradução: M. E. Giering. In: GIERING, M. E.; TEIXEIRA, M. **Investigando a linguagem em uso: estudos em Linguística Aplicada**. São Leopoldo: Ed. Usininos, 2004. p. 33-44.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2016.
- FERES, B. dos S. Só acredito lendo: resistência social em contos ilustrados para crianças. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 19, v. 2, p. 18-32, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2348>. Acesso em 8 ago. 2024.
- KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. **Escrever e argumentar**. São Paulo: Contexto, 2018.
- MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentidos**. São Paulo: Cortez, 2010.
- MENDES, E. Análise do discurso e iconicidade: uma proposta teórico-metodológica. In: MACHADO, I. L.; LIMA, H.; LYSARDO-DIAS, D. (orgs.). **Imagem e Discurso**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013. p. 125-156.
- PEREIRA, D. P.; BRUNIERI, A. R. S. A experiência literária a partir da fanpage SP invisível no Facebook. **Revista Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins**, Tocantins, n.3, v.5, p. 54-69. 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/5064>. Acesso em 8 ago. 2024.
- QUEIROZ, E. F. C. **Ciberativismo: a nova ferramenta dos movimentos sociais**. Goiânia: Panorama, v.7, n.1, p. 2-5, 2017. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/5574>. Acesso em: 8 ago. 2024.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- REIS, A. C. G.; GUIMARÃES, L. S.; RODRIGUES, R. R. Fallen Princesses de Dina Goldstein: uma proposta de análise de imagens. In: MACHADO, Ida Lúcia; LIMA, Helcira.; LYSARDO-DIAS, D. (orgs.). **Imagem e Discurso**. Belo Horizonte: FALE/UFMG, 2013. p. 19-37.
- SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política**. São Paulo: Paulus, 2016.
- SANTOS, B. de S. **O fim do império cognitivo: a afirmação das epistemologias do Sul**. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.