



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ABAETETUBA
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA LINGUAGEM
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS – LÍNGUA PORTUGUESA**

IZABEL DOS SANTOS TELES

**ANÁLISE TEXTUAL DA ARGUMENTATIVIDADE NO MOVIMENTO VIRTUAL
#VIDASNEGRASIMPORTAM**

**ABAETETUBA - PA
2021**

IZABEL DOS SANTOS TELES

ANÁLISE TEXTUAL DA ARGUMENTATIVIDADE NO MOVIMENTO VIRTUAL
#VIDASNEGRASIMPORTAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências da Linguagem do Campus de Abaetetuba da Universidade Federal do Pará, como requisito para obtenção do título de Licenciada em Letras – Língua Portuguesa. Área de concentração: Linguística.

Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Sousa Almeida de Macedo.

ABAETETUBA-PA
2021

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

T269a Teles, Izabel dos Santos.
Análise textual da argumentatividade no movimento virtual
#vidasnegrasimportam / Izabel dos Santos Teles. — 2021.
20 f. : il. color.

Orientador(a): Prof^a. Dra. Patrícia Souza Almeida de Macedo
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal do Pará, Campus Universitário de Abaetetuba, Curso de
Língua Portuguesa, Abaetetuba, 2021.

1. Hipertextualidade. 2. Argumentação no Discurso. 3.
Hashtag. 4. Movimento #vidasnegrasimportam. I. Título.

CDD 410

IZABEL DOS SANTOS TELES

ANÁLISE TEXTUAL DA ARGUMENTATIVIDADE NO MOVIMENTO VIRTUAL
#VIDASNEGRASIMPORTAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências da Linguagem do Campus de Abaetetuba da Universidade Federal do Pará, como requisito para obtenção do título de Licenciada em Letras – Língua Portuguesa. Área de concentração: Linguística.

Aprovado em: 18/10/2021

BANCA EXAMINADORA

Profª. Dra. Patrícia Sousa Almeida de Macedo (UFPA)
Presidente da Banca Examinadora

Prof. Dr. Alessandro Nobre Galvão (UFPA)
Membro Interno da Banca Examinadora

ANÁLISE TEXTUAL DA ARGUMENTATIVIDADE NO MOVIMENTO VIRTUAL #VIDASNEGRASIMPORTAM¹

Izabel dos Santos Teles

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo analisar como ocorre a argumentação, quando as postagens nas redes sociais Instagram e Twitter se filiam ao movimento virtual representado pela *hashtag* *vidasnegrasimportam*. Adotamos, como base teórica sobre argumentação, a Análise da Argumentação no Discurso, de Ruth Amossy, e como base sobre hipertextualidade e sobre *hashtag*, as contribuições de Ingedore Koch e de Alves Filho et al., entre outros autores que serão importantes para a elaboração deste trabalho. Para a análise, foram escolhidas oito publicações, entre *posts* e tuítes, a fim de verificarmos como diferentes textos convergem no sentido de se identificarem antirracistas. Os resultados indicam que a argumentatividade empreendida pelo recurso da *hashtag* é caracterizada, principalmente, por uma diluição de argumentos operada pela multiplicidade de temas abordados nesses textos.

PALAVRAS-CHAVE: Hipertextualidade. Argumentação no Discurso. *Hashtag*. Movimento *#vidasnegrasimportam*.

1 INTRODUÇÃO

Uma das ferramentas digitais de interação mais utilizadas no contexto atual são as redes sociais. Com o avanço da tecnologia, diversos assuntos circulam pelo mundo digital de maneira muito rápida. Assim, muitas pessoas se engajam em movimentos virtuais, posicionando-se sobre temas sociais diversos, como é o exemplo do movimento *Black Lives Matter*, que, em livre tradução, quer dizer “vidas negras importam”. Trata-se de um movimento que luta contra a violência sofrida por pessoas negras e que reivindica seus direitos. Inicialmente mobilizando pessoas para protestarem nas ruas de algumas cidades dos Estados Unidos da América (EUA), esse movimento passou para o mundo virtual, por meio da utilização da *#blacklivesmatter* nas redes sociais, e ganhou a versão brasileira *#vidasnegrasimportam*. Sabemos que a luta contra o racismo não é recente, que se perdura há anos. No Brasil, desde a chegada dos primeiros escravos negros, há quem lute por igualdade racial, a exemplo de Zumbi dos Palmares, grande líder negro, símbolo de resistência e luta contra a escravidão. Há também outras figuras representativas da luta em favor da igualdade racial no mundo todo, como: Martin Luther King e Nelson Mandela.

Atualmente, o movimento virtual organizado na rede social Twitter ganhou proporções gigantescas, com adeptos que utilizam a *hashtag* *#vidasnegrasimportam* para atuarem na luta contra o racismo. Pessoas do mundo todo, com acesso à internet, se engajam

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de Letras – Língua Portuguesa do Campus de Abaetetuba da UFPA, orientado pela Profa. Dra. Patrícia Souza Almeida de Macedo

nessa luta como forma de apoio a pessoas negras que sofreram ou sofrem racismo. Dessa forma, o objetivo desta pesquisa é analisar como se dá a argumentatividade textual nas redes sociais a partir da utilização da #vidasnegrasimportam. Esta pesquisa, portanto, é de caráter bibliográfico e de natureza qualitativa, e o corpus de análise é composto de oito publicações retiradas das redes sociais Instagram e Twitter, visando demonstrar a dinâmica de difusão de argumentos que se juntam pelo recurso virtual da *hashtag* para sustentarem a tese de que vidas negras importam.

2 A ANÁLISE DA ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO

O primeiro pressuposto de nossa pesquisa baseia-se nos princípios da Análise da Argumentação no Discurso, proposta por Ruth Amossy. A analista propõe investigar as diferentes formas de inscrição da argumentação nos discursos, defendendo que sua abordagem consiste em um ramo da Análise do Discurso francesa e pondera que “a argumentação é inseparável do funcionamento global do discurso, e deve ser estudada no quadro da Análise do Discurso” (AMOSSY, 2011, p. 132). Assim, a autora baseia seus estudos em reflexões sobre as trocas verbais e define a argumentação como “a tentativa de modificar, de reorientar, ou mais simplesmente, de reforçar, pelos recursos da linguagem, a visão das coisas por parte do alocutário” (AMOSSY, 2011, p. 130).

Amossy (2016, p. 173) esclarece também que “a teoria da argumentação no discurso toma emprestado claramente de Aristóteles o seu quadro de reflexão”. Recorrendo a outras teorias, a autora atualiza a retórica com os conhecimentos contemporâneos existentes, assim, Amossy frisa que a preocupação de sua abordagem

trata-se bem de examinar o modo como os humanos interagem e influenciam-se mutuamente, mobilizando todos os meios verbais relativos ao *logos*, ao *ethos* e ao *pathos*; trata-se também de recolocar estas trocas em quadros institucionais e em gêneros do discurso, ainda que a tripartição em jurídico, deliberativo e epidíctico pareça agora sumariamente sintética em relação à grande diversificação dos discursos que circula, no espaço contemporâneo. (AMOSSY, 2016, p. 173-174).

Buscando compreender como são construídos os três meios de persuasão retóricos (*logos*, *ethos* e *pathos*) a partir de ferramentas analíticas advindas das ciências da linguagem, a autora defende que nem todo texto argumenta da mesma forma; assim, “a teoria da argumentação no discurso propõe uma interação da argumentação retórica à análise do

discurso que se traduz em certa prática analítica” (AMOSSY, 2016, p. 176). Amossy defende que, para compreender o discurso é preciso ter conhecimento sobre os meios discursivos que a estratégia de persuasão mobiliza, sendo estes, citados acima, o *logos*, *ethos* e *páthos*; assim, “é a maneira como essa operação os liga em uma troca concreta ocorrida em uma situação de discurso particular que confere à fala sua força de persuasão” (AMOSSY, 2011, p. 134). Sem dúvida, esses três componentes clássicos da retórica aristotélica são fundamentais e necessários para qualquer estratégia de persuasão, e cabe ao analista identificá-los nos textos.

Seguindo o pressuposto de que os discursos instanciam diferentes maneiras de argumentar, é importante frisar a diferença feita por Amossy (2011) entre *visada argumentativa* (que corresponde às estratégias de persuasão programadas) e *dimensão argumentativa* (que corresponde à tendência de todo discurso de orientar a forma de ver dos interlocutores). A autora pondera que

(...) o discurso procura sempre produzir um impacto sobre o seu público. Esforça-se, frequentemente, para fazê-lo aderir a uma tese: ele possui, então, uma *visada argumentativa*. Mas o discurso também pode, mais modestamente, procurar modificar a orientação dos modos de ver e de sentir: nesse caso, ele possui uma *dimensão argumentativa*. (AMOSSY, 2018, p. 7).

No primeiro caso, portanto, temos como exemplos marcantes o discurso eleitoral, a carta de intenções e o anúncio publicitário; já no segundo caso, temos os gêneros narrativos, como uma grande parte das narrativas ficcionais; um discurso de informação, uma descrição ou uma notícia de jornal.

Assim, Amossy defende que “a argumentação está, pois, a priori, no discurso, na escala de um *continuum* que vai do confronto explícito de teses à co-construção de uma resposta a uma dada questão e à expressão espontânea de um ponto de vista pessoal” (AMOSSY, 2011, p. 131). Dessa forma, “a análise argumentativa cobre um vasto *corpus* que vai da conversação cotidiana ao texto literário, passando pelo discurso político, mídias e internet” (AMOSSY, 2018, p. 41), cabendo ao analista descrever as modalidades da argumentação verbal e os outros processos linguageiros, numa estreita relação com eles (AMOSSY, 2011).

Nessa perspectiva, Ruth Amossy demonstra, através de seus trabalhos, a necessidade de a análise do discurso fazer com que a argumentação seja sua parte integrante, enquanto elemento constitutivo do discurso. Levando em consideração as dimensões do *logos*, do *ethos* e do *pathos* nas análises, o analista pode compreender discursos, os efeitos e as estratégias de persuasão, a fim de realizar trabalhos profícuos no domínio dos estudos discursivos.

3 HIPERTEXTO E *HASHTAG* NAS REDES SOCIAIS

Ao longo da sua jornada pelo planeta Terra, a humanidade utilizou diferentes formas de comunicação. As diversas sociedades que viveram no planeta se expressaram por meio de desenhos, símbolos, da oralidade, até o surgimento da escrita. O processo da escrita, como sabemos, está em constante mudança, e, com o surgimento da tecnologia, os textos impressos têm dividido espaço com os textos virtuais, por causa do crescente acesso aos meios tecnológicos. Na era digital em que vivemos, o leitor internauta tem acesso a informações de maneira muito mais rápida. Milhares de informações são depositadas diariamente no chamado *ciberespaço*, e assim, o leitor tem em suas mãos, com mais facilidade, uma enxurrada de informações. Ao adentrar nesse assunto, pretende-se fazer uma breve explanação sobre hipertexto e o uso das *hashtags* nas redes sociais.

O termo hipertexto surgiu na década de 60, quando os avanços tecnológicos que temos hoje eram apenas vislumbrados, e seu criador foi Theodor Holm Nelson, filósofo, sociólogo e pioneiro da Tecnologia da Informação. O hipertexto proporciona ao leitor, usuário da internet, diversas possibilidades de percursos de leitura. Dessa forma, para Koch

o termo hipertexto designa uma escritura não-sequencial e não-linear, que se ramifica de modo a permitir ao leitor virtual o acesso praticamente ilimitado a outros textos, na medida em que procede a escolhas locais e sucessivas em tempo real. (KOCH, 2007, p. 25).

Assim, o hipertexto pode ser definido como um texto expandido que é associado a outros vários textos, com o objetivo de possibilitar ao leitor mais acesso a informações em um curto espaço de tempo. Cabe ao leitor seguir a ordem em que deseja obter as informações, de acordo com o seu objetivo de leitura.

Para a Linguística Textual, “todo texto constitui uma proposta de sentidos múltiplos e não de um único sentido”; do ponto de vista da recepção, todo texto é um hipertexto (Koch, 2006). A autora, também, se remete aos textos impressos, nos quais constam referências, notas de rodapé, que desempenhariam o papel dos links. Um de seus argumentos preponderantes é de que a compreensão não se dá de maneira linear e sequencial, como pensada antigamente, assim, pode-se dizer que todo texto é um hipertexto. A diferença está relacionada ao fato de que, no meio eletrônico, as informações são processadas mais rapidamente, são acessadas a partir de um *click*. Koch (2007) também destaca que o leitor é que vai determinar o caminho para a construção de sentido, pois, o hipertexto possibilita ao

leitor o poder de escolha sobre o que deseja ler. Assim, cabe ao leitor ter em mente o seu objetivo de leitura, o que é relevante e essencial, para que haja coerência.

Nas redes sociais, temos o uso da *hashtag* (#) – de origem inglesa, termo composto pela junção de *hash* (cerquilha - #) e *tag* (etiqueta), inicialmente usada no ano de 2005 pelo jornalista brasileiro Wander Verch na rede social *Orkut*, a fim de criar tópicos para publicações. Posteriormente, Chris Messina produziu a primeira *hashtag* do Twitter, precisamente em 23 de agosto de 2007, ao postar o seguinte *tweet*: “Como você se sente sobre o uso # para grupos. Como em #barcamp [msg]?”. Assim, o uso da *hashtag*, tal como a conhecemos hoje, entrou em vigor em julho de 2009 na plataforma Twitter, e, por conseguinte, outras redes sociais passaram a utilizá-la também, como o Instagram.

Para Rennó e Salles (2020, p. 73) “a *hashtag* acaba sendo um artifício que (re)produz sentidos outros em sujeitos que estão conectados ou não”. Dessa forma, o uso da *hashtag* nas redes sociais possibilita que as publicações que usem a mesma *hashtag* sejam encontradas de forma mais fácil. Assim, para Viana (2019, p. 41), ao clicar em uma *hashtag*, “é possível visualizar uma considerável quantidade de informações sobre um mesmo assunto/tema”, e, de acordo com cada rede social, seja o Twitter ou o Instagram, as *hashtags* vão ter uma aplicabilidade diferente, podendo ser para: recuperação de conteúdo, pesquisar assuntos mais comentados ou agrupamento de postagens.

Cunha (2012, p. 4) diz que “as *hashtags* são cadeias de caracteres (apenas letras, números e traços inferiores/*underscores*) criadas livremente pelos membros da rede a fim de adicionar contexto e metadados às postagens, funcionando muitas vezes como palavras-chave”. Alves Filho et al. (2012, p. 88), ao definirem o termo *hashtag*, ponderam que esse recurso “não são marcas usadas pelos usuários apenas para indicar o tópico discursivo das postagens, mas se configuram também como *hiperlinks*, os quais podem permitir aos usuários acessarem outras postagens que contenham a mesma *hashtag*”. Ao falar em *hiperlink*, Koch (2006, p. 66), nos diz que eles “devem contribuir para fazer convergir, em torno de um texto eletrônico, dados e informações complementares e ampliadoras e acrescentar aspectos que não tenha sido possível adicionar na mesma superfície virtual pela falta de espaço na janela de cristal líquido”. Dessa forma, é possível que o leitor tenha acesso, em sua busca, a uma quantidade considerável de informações.

Partindo desses pressupostos, a *hashtag* também é um *hiperlink*, que, segundo Alves Filho et al. (2012, p. 96) “direciona para uma lista que contém as postagens que possuem a mesma *hashtag*, permitindo que os usuários saibam o que está sendo falado sobre dado

assunto e quem está falando ou os motivos de a marcação estar sendo usada”. Dessa forma, os autores também afirmam que

a postagem com *hashtag*, considerada como hipertexto digital, possui um aspecto peculiar: ao clicar na *hashtag*, o leitor é levado a uma lista de textos que, muitas vezes, não estão relacionados ao objetivo temático do hipertexto ‘inicial’, embora sejam ligados pelo mesmo *hiperlink*. (ALVES FILHO et al., 2012, p. 96).

Silva (2015, p. 6) nos remete a essa ideia quando diz que “algumas *hashtags* são utilizadas pelos usuários com o intuito de fazer parte dessa rede de links interconectados e não necessariamente para apresentar algo que diz respeito ao tópico do qual a primeira *hashtag* faz parte”. Assim, postagens com o uso da *hashtag* nem sempre vão dar continuidade ao assunto tratado, pois “nem sempre as *hashtags* funcionam como marcação incorporada às postagens e como termos importantes para a construção de sentido do assunto da postagem, já que há casos (como o dos *metatweets*) em que as *hashtags* não parecem se relacionar com assunto da postagem em si” (ALVES FILHO et al., 2012, p. 90).

Silva (2015, p. 7) conclui que “a postagem é um hipertexto e a *hashtag* é um dos elementos que compõem esse hipertexto”. Dessa forma, a *hashtag* se torna um elemento crucial para que algumas informações sejam levadas adiante ou esquecidas nas redes sociais. Há *hashtags* que fazem sucesso, enquanto outras não fazem tanto sucesso assim e caem em desuso, como também há casos em que o usuário da *hashtag*, não tem o objetivo de levar a informação em frente, mas apenas fazer com que sua postagem esteja na lista das mais visualizadas, ou seja, o assunto da *hashtag* é desproporcional ao assunto da postagem.

Antes de passarmos à análise dos dados, faremos uma breve exposição sobre o movimento *Black Lives Matter*, a fim de compreendermos minimamente o contexto de criação da *#vidasnegrasimportam*, cuja utilização serviu de critério para a delimitação do universo de nossa pesquisa.

4 SOBRE O MOVIMENTO *BLACK LIVES MATTER* (VIDAS NEGRAS IMPORTAM)

O movimento *Black Lives Matter* (BLM) surgiu em 13 de julho de 2013, nos Estados Unidos, criado pelas ativistas Alicia Garza, Patrisse Cullors e Opal Tometi, que iniciaram as mobilizações tanto nas ruas como nas redes sociais, com o uso da *hashtag* *#blacklivesmatter* pela primeira vez no Facebook, após a absolvição de George Zimmerman, acusado de matar a tiros o adolescente afro-americano Trayvon Martin. Assim, em 2014, o movimento se tornou conhecido nacionalmente por suas manifestações de rua, após a morte de mais dois afro-

americanos, ocasionando protestos em Ferguson e Nova York. A partir daí, o movimento começou a ganhar força e se tornou uma rede descentralizada, sem nenhuma hierarquia e nenhuma estrutura formal. Em 2016, o movimento chegou a outros países, como o Brasil, ganhando mais adeptos que tomaram as ruas e as redes sociais como forma de protesto e solidariedade às vítimas de racismo e violência policial. É importante frisar que o movimento Black Lives Matter não está ligado apenas ao uso da *hashtag* em redes sociais, mas também a mobilizações de rua e à instituição de uma fundação filantrópica homônima, a fim de continuar “cobrando posicionamentos de toda a sociedade sobre a questão racial e das condições socioeconômicas da população negra” (ARRUDA, 2020).

No Brasil, o movimento também impactou e ganhou muitos adeptos, manifestantes foram às ruas e usaram as redes sociais para protestar, usando a *#vidasnegrasimportam*, que, além de nome do movimento virtual de luta por direitos e por igualdade, também serve de lema para quem questiona a supremacia branca. Hoje, a *hashtag* é amplamente utilizada pelos usuários das redes sociais, como do Instagram e do Twitter, que serviram de fonte para a seleção do nosso *corpus* de análise.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise, foram coletadas 08 (oito) publicações em redes sociais, tendo sido quatro retiradas do Instagram e quatro do Twitter, que são duas das redes sociais que dispõem desse recurso digital em publicações, que é a *hashtag*. Assim, a análise a seguir visa mostrar como o recurso da *hashtag*, que é uma ferramenta digital de articulação entre postagens (portanto, entre textos), também funciona como uma estratégia argumentativa para levantar algumas bandeiras sociais, como a antirracista, pois os argumentos se articulam quando um sujeito publica nessas redes sociais utilizando a *#vidasnegrasimportam*, reforçando a tese de que é preciso combater o racismo e defender a vida de pessoas negras.

Na figura 1, abaixo, temos um tuíte de Talíria Petrone, que é professora, deputada federal e líder da bancada do PSOL na Câmara Federal. Vemos que, nesse texto, Talíria traz um argumento sobre um aspecto social, que diz respeito à violência policial contra vidas negras, que não acontece somente no Brasil. Vale ressaltar que o mesmo motivo, a violência policial contra pessoas negras, foi o estopim para o surgimento do movimento Black Lives Matter e da *#vidasnegrasimportam*. Levando em consideração que Talíria é uma mulher negra, ela demonstra sua indignação e insatisfação quanto ao crime contra Kethlen Romeu, jovem negra, que foi morta a tiros pela polícia do Rio de Janeiro em uma favela, juntamente com o bebê que carregava em seu ventre. Dessa forma, no tuíte, há a articulação entre o

sentimento de injustiça pela morte de uma pessoa negra e o lema expresso pela #vidasnegrasimportam.

Figura 1: Tuíte de Talíria Perone sobre a morte de Kethlen Romeu



Fonte: <https://twitter.com/taliriapetrone/status/1438506656392900612?s=19>. Acesso em 16 de setembro de 2021.

Na figura 2, Erika Hilton, que é uma mulher negra, trans, militante, presidenta da Comissão de Direitos Humanos da Câmara de São Paulo e vereadora, se mostra contrária ao atual governo federal, por ocasião de uma manifestação popular contra o presidente que aconteceu no dia 19 de junho de 2021. Assim, vemos que Erika, em seu tuíte, utiliza um argumento político articulado à #vidasnegrasimportam. O texto associa, assim, o posicionamento antibolsonarista à pauta antirracista.

Figura 2: Tuíte de Erika Hilton sobre o protesto antibolsonarista de 19 de junho de 2021



Fonte: <https://twitter.com/ErikakHilton/status/1406396527157911560?s=08>. Acesso em 16 de setembro de 2021.

Na figura 3, temos o tuíte do internauta Wagner Santos, fazendo menção à aprovação do Projeto de Lei que obriga a afixação de placas que divulguem o Disque 100, canal oficial de denúncia contra o racismo, projeto de autoria do vereador Prof. Josemar, do PSOL. Nesse tuíte, nota-se que há um argumento que apela, a um só tempo, ao social (combate da sociedade ao racismo) e político institucional (Projeto de Lei submetido por um vereador do município de São Gonçalo/RJ aprovado pela Câmara desse município), dando ênfase à aprovação de um Projeto de Lei que contribuiria com a luta antirracista. Dessa forma, o tuíte interliga o argumento sociopolítico ao movimento antirracista #vidasnegrasimportam, reforçando a tese de valorização da vida negra.

Figura 3: Tuíte do perfil Wagner Santos sobre a aprovação de um PL sobre denúncias de racismo



22:30 · 15 set 21 · Twitter for Android

Fonte: <https://twitter.com/WagnerSantosSG/status/1438314395050954752?s=08>. Acesso em 16 de setembro de

2021.

Agora, na figura 4, temos um tuíte publicado no perfil da TV Cultura, emissora de televisão aberta no Brasil. Trata-se do compartilhamento de uma notícia publicada no site www.cultura.uol.com.br, cuja manchete fala sobre o terceiro uniforme do time de futebol América Mineiro com campanha antirracista. Vemos que o argumento nesse tuíte é sobre um acontecimento social esportivo (expresso na manchete da notícia compartilhada, que destaca o fato de o uniforme aderir à campanha antirracista) articulado a uma questão ambiental (expresso na legenda do tuíte, que informa a origem do material utilizado na confecção do uniforme). Percebe-se que, nesse tuíte, o movimento argumentativo é diferente dos anteriores, pois ele articula questões sociais distintas: além de levantar a bandeira contra o racismo, destaca a criação de uniformes esportivos confeccionados a partir de materiais recicláveis; ou seja, articula esporte, antirracismo e preservação do meio ambiente. As *hashtags* usadas no tuíte ainda associam explicitamente o time de futebol ao movimento virtual Vidas Negras Importam.

Figura 4: Tuíte do perfil TV Cultura sobre uniforme de time de futebol com apelo antirracista e preservação ambiental



Fonte: <https://twitter.com/tvcultura/status/1423081194871197698?s=08>. Acesso em 16 de setembro de 2021.

Na figura 5, temos um *post* da página do Instagram @liberdadesubversiva, que publica conteúdos políticos. Essa postagem é constituída pelo *print* de um tuíte do perfil de Gleisi Hoffmann mais legenda. É notável como, na legenda da publicação, há a junção de várias temáticas expressas por diversas *hashtags*, como #foraarthurlira #esquerdavalete #pt #psol

#lgbt #periferia #ditaduranuncamais #mulheresempoderadas #mst #funcionariospublicos, entre outras. Essa justaposição de *hashtags* estabelece uma relação entre temáticas diversas, tais como economia e política partidária (temas abordados no *print* do tuíte), além de temas relacionados à pauta dos costumes, como: antirracismo, feminismo, igualdade de gênero, anti-homofobia. Assim, vemos que o *post* associa temas distintos, que convergem para um posicionamento antirracista quando articulados ao movimento virtual Vidas Negras Importam.

Figura 5: *Post* do perfil @liberdadesubversiva no Instagram sobre temas justapostos



Fonte: https://www.instagram.com/p/CTuX426LyIY/?utm_medium=copy_link. Acesso em 16 de setembro de 2021.

Na figura 6, temos um *post* do perfil @joaoensina no Instagram, em que o administrador do perfil, João Pedro de Oliveira Mercês, publica um desenho que retrata a médica e vencedora de uma das edições do *reality show* Big Brother Brasil (BBB, da Rede Globo de televisão), Thelma Assis, e uma legenda na qual explica que se trata de uma homenagem a essa figura pública, que é negra. Nessa postagem, o argumento é diferente dos usados nas postagens anteriores, de modo que, aqui, o sujeito responsável pela publicação apela para a representatividade de uma pessoa negra, ao justapor a #vidasnegrasimportam à marcação do perfil de Thelma Assis (@thelminha). Assim, a menção do locutor ao movimento virtual Vidas Negras Importam está voltada para a representatividade negra, como forma de exaltar o fenótipo negro, reforçando o lema do movimento virtual. Nota-se, portanto,

uma pretensa articulação entre a representatividade negra e o movimento #vidasnegrasimportam.

Figura 6: Post do perfil @joaoensina no Instagram, em homenagem a Thelma Assis



Fonte: https://www.instagram.com/p/CTXE88trDZI/?utm_medium=copy_link. Acesso em 16 de setembro de 2021

Na figura 7, temos uma postagem do perfil @kareencristiinee, na qual a modelo pernambucana Karen Lima publica foto sua após receber a vacina contra a COVID-19, exibindo o cartão de vacinação, e a legenda na qual afirma ter sido vacinada (assim como seus pais) e estar sentindo alegria por esse acontecimento, acompanhada das *hashtags* “vivaosus”, “VACINAPARATODOS”, “vacina”, “pfizer”, “obrigadadeus”, “vidasnegrasimportam” e “vidas”. A locutora articula em sua postagem, por meio das *hashtags*, a pauta política institucional relativa à saúde pública em nosso país, posicionando-se a favor do Sistema Único de Saúde e à vacinação contra a COVID-19, com a pauta social antirracista, pela menção ao movimento virtual Vidas Negras Importam.

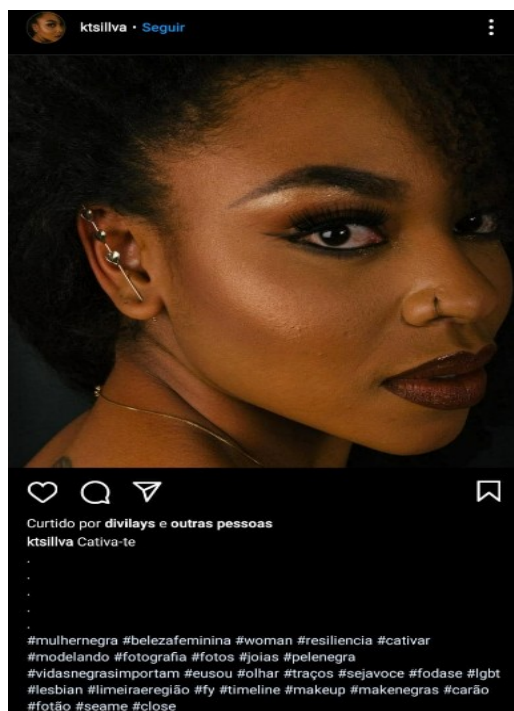
Figura 7: Post do perfil do Instagram @karencristiinee, sobre vacinação contra a COVID-19



Fonte: https://www.instagram.com/p/CTAOxfHrCOI/?utm_medium=copy_link. Acesso em 16 de setembro de 2021.

Por último, na figura 8, temos a postagem do perfil do Instagram @ktsilva, administrado por Kethily Silva, composta por uma foto dela e a legenda com a frase “Cativate” seguida por espaçamentos e uma série de *hashtags* justapostas, dentre estas, a #vidasnegrasimportam. Trata-se de um *post* voltado para a exaltação da beleza feminina negra, que é indiciada pela associação entre a foto e a série de *hashtags* que fazem referência ao empoderamento feminino, para os traços, para a maquiagem própria para a pele negra, para a fotografia, entre outros. Cada uma dessas *hashtags* foca em uma questão associada à raça, levantando a bandeira do antirracismo, em direção a lógica de valorização da vida negra.

Figura 8: Post do perfil do Instagram @ktsillva, exaltando a beleza negra



Fonte: https://www.instagram.com/p/CT0eeQGFoO8/?utm_medium=copy_link. Acesso em 16 de setembro de 2021.

É importante frisar que a argumentação é entendida por nós como “a tentativa de modificar, de reorientar, ou mais simplesmente, de reforçar, pelos recursos da linguagem, a visão das coisas da parte do alocutário” (AMOSSY, 2011, p. 130). Dessa forma, a partir dos dados analisados, com os diferentes tuítes e *posts* selecionados, vemos que a argumentatividade opera de maneira diferente em cada texto, de modo que cada um apresenta um ponto de vista diferente. Todavia, esses vários e diferentes textos são agrupados virtualmente pela #vidasnegrasimportam, compondo uma espécie de conglomerado de argumentos, fazendo com que a argumentatividade promovida pela *hashtag* seja difusa, com argumentos variados distribuídos em diferentes postagens.

De acordo com cada postagem, a realidade atual, o viver de cada pessoa responsável por publicar nas redes sociais, vemos que, com o uso da *hashtag*, estabelece-se uma lógica argumentativa muito mais ampla do que as possibilidades argumentativas de um texto único, pois a *hashtag* possibilita reunir todos esses textos em um mesmo caminho virtual.

A partir da ideia de que todo texto é um hipertexto, como pondera Koch (2006), vemos que a *hashtag* é intrinsecamente intertextual, pois promove a relação entre vários textos, estabelecendo interações virtuais desterritorializadas (KOCH, 2006). Com isso, pode-se perceber também que o uso da *#vidasnegrasimportam* possibilita essa difusão argumentativa, quando os argumentos articulados a essa hashtag visam reforçar a tese de que vidas negras importam, associada a temática diferentes.

6 CONCLUSÃO

Vimos, neste trabalho, que nem todo texto argumenta da mesma forma, que, de acordo com a Análise da Argumentação no Discurso, proposta por Ruth Amossy, a argumentação se encontra presente nos textos de diferentes formas e é intrínseca à linguagem. Vimos também que, o leitor tem em suas mãos, no meio virtual, uma variedade de informações que são acessadas em um curto espaço de tempo, graças aos hipertextos e seus hiperlinks, pois estes possibilitam ao leitor uma leitura mais ampla, de forma não-sequencial e não-linear.

Assim, nas redes sociais Instagram e Twitter, o uso da *hashtag* possibilita que o usuário tenha acesso a outras publicações que cite a mesma *hashtag*. Dessa forma, os resultados obtidos pela análise de nossos dados mostram que nem sempre as publicações que marcam a mesma *hashtag* argumentam da mesma forma, algumas até associam diversas temáticas, mas a utilização da *#vidasnegrasimportam* promove a relação entre vários textos reunidos em um só lugar virtual. Vimos que há a articulação de outros temas associados à *hashtag* “*vidasnegrasimportam*”, como exemplo: há publicações que visam exaltar a beleza negra, publicações que fazem um pedido de justiça quanto a algum crime cometido contra uma pessoa negra e também publicações de cunho social, que visam levantar a bandeira do antirracismo, cada uma focando numa questão que associa a raça.

É importante também frisar que esta pesquisa deixa lacunas, que abrem perspectivas de investigação para outros trabalhos, a exemplo disso, há a possibilidade de outros trabalhos investigarem como se estabelece a coerência entre esses textos, já que se filiam à *#vidasnegrasimportam*. Assim, pode-se investigar outros aspectos que direcionam para outras pesquisas.

REFERÊNCIAS

ALVES FILHO, Francisco; CASTRO, Bruno Diego de Resende; ALEXANDRE, Leila Rachel Barbosa. #marcarporque – funções sociorretóricas das *hashtags* no Twitter. **Revista do GEL**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 85-110, 2012.

AMOSSY, Ruth. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução de Eduardo Lopes e Moisés Olímpio Ferreira. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011.

AMOSSY, Ruth. É possível integrar a argumentação na Análise do Discurso? Problemas e desafios. Tradução de Dra. Rosalice Pinto; Dra. Mariza Angélica Paiva Brito; Dra. Meire Virgínia Cabral Gondim. **ReVEL**, edição especial vol. 14, n. 12, 2016.

AMOSSY, Ruth. Introdução. In: _____. A argumentação no discurso. Coordenação da tradução: Eduardo L. Piris e Moisés Olímpio Ferreira. São Paulo: Contexto, 2018. p. 15-47

AMOSSY, Ruth. **O lugar da argumentação na análise do discurso**. *Filol. linguist. port.*, n. 9, p. 121-146, 2007.

ARRUDA, Jéssica. **Black Lives Matter: entenda movimento por trás da hashtag que mobiliza atos**. Colaboração para *Universa*. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/03/black-lives-matter-conheca-o-movimento-fundado-por-tres-mulheres.htm>. Acesso em 21/09/2021.

CUNHA, Evandro Landulfo Teixeira Paradela. **Etiquetagem de micromensagens no Twitter: uma abordagem linguística**. Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação do Instituto de Ciências Exatas - UFMG. Belo Horizonte, 2012.

FERREIRA, Moisés Olímpio. Análise do Discurso: Interfaces e argumentação. **Revista Metalinguagens**, v. 7, n. 1, julho de 2020, pp. 315-349.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

KOCH, Ingedore G. Villaça. Hipertexto e construção de sentido. **Alfa**, São Paulo, 51(1): 23-38, 2007.

POZOBON, Rejane de Oliveira. A argumentação enquanto perspectiva teórico-metodológica para estudos de mídia e política. **Compólitica8**. Brasília – FAC – UnB. 2019. Disponível em: <https://ctpol.unb.br>.

RENNÓ, Aline de Fátima Chiaradia Valadão; SALLES, Atilio Catosso. Discurso e hashtag: diferentes modos de pertencimento no Instagram. **Revista DisSol** – Discurso, sociedade e Linguagem. Pouso Alegre, ano VII, nº 11, jan-jun/2020.

SILVA, Ananias Agostinho da; FARIA, Maria da Graça dos Santos; BRITO, Mariza Angélica Paiva. A complexidade textual na dinâmica argumentativa. **Revista Investigações**, Recife, v. 33, Nº especial, Texto: gêneros, interação e argumentação - III Workshop de Linguística Textual, p. 27 - 44, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/INV/index>.

SILVA, Claudiene Dinis da. Hashtags: palavras, expressões, textos ou hipertextos? **VI Encontro Nacional de Hipertexto e Tecnologias Educacionais**. UFMA – São Luís – MA, 2015.

VIANA, Jordânia Quintão. **A recuperação da informação em redes sociais: o uso e aplicação das hashtags** #. 146f. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.