

A linguística textual na página do Facebook Vote LGBT

Amanda Garcia Gomes

Universidade Estadual Paulista, Departamento de Ciência da Informação, Marília, SP, Brasil
gomesag.ci@gmail.com

Gilberto Gomes Cândido

Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Belém, PA, Brasil
ggcandido@ufpa.br

João Batista Ernesto de Moraes

Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Departamento de Ciência da
Informação, Marília, SP, Brasil
joao.batista@unesp.br

Fernando de Assis Rodrigues

Universidade Federal do Pará, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Belém, PA, Brasil
deassis@ufpa.br

DOI: <https://doi.org/10.26512/rici.v15.n3.2022.43635>

Recebido/Recibido/Received: 2022-06-15

Aceitado/Aceptado/Accepted: 2022-08-24

ARTIGOS

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo identificar as características de textualidade presentes nas publicações de campanhas eleitorais veiculadas na Rede Social Online Facebook, publicadas pela página Vote Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transgênero (Vote LGBT). Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa possui caráter exploratório com abordagem qualitativa. A investigação coletou dados sobre as publicações na página da organização social Vote LGBT que ocorreram entre os dias 27 de setembro e 15 de novembro de 2020, durante o período das eleições municipais. Os resultados apresentaram as análises de cinco fotografias publicadas pela página Vote LGBT, a partir das características de textualidade (intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e intertextualidade) que permitiram visualizar a intenção do produtor e os elementos que compuseram as publicações. Como conclusões a pesquisa apresentou que as publicações buscam informar ao receptor no sentido de fazer conhecer, publicizar, disseminar, convidar ao debate sobre as pautas que circundam a comunidade e convencer o eleitor a votar nas candidaturas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Queer, Intersexo, Assexual, + (usado para incluir outras identidades de gênero e orientações sexuais que não se encaixam no padrão cis-heteronormativo).

Palavras-chave: Redes Sociais. Linguística Textual. Textualidade.

Textual linguistics on the Facebook Vote LGBT page

Abstract

This research aims to identify the characteristics of textuality present in election campaign publications published on the Social Network Online Facebook, published by the page Vote Lesbians, Gays, Bisexuals e Transgender (Vote LGBT). As for the methodological procedures, the research has an exploratory character with a qualitative approach. The investigation collected data on publications on the page of the social organization Vote LGBT that took place between September 27 and November 15, 2020, during the period of municipal elections. The results presented the analysis of five photographs published by the

Vote LGBT page, based on the characteristics of textuality (intentionality, acceptability, situationality, informativeness and intertextuality) that allowed visualizing the intention of the producer and the elements that composed the publications. As conclusions, the research presented that the publications seek to inform the receiver in order to make known, publicize, disseminate, invite the debate on the guidelines that surround the community and convince the voter to vote for the Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Intersex, Asexual, + (used to include other gender identities and sexual orientations that do not fit the cis-heteronormative pattern).

Keyword: Social Networks. Textual Linguistics. Textuality.

Lingüística Textual en la página de Facebook Vota LGBT

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo identificar las características de la textualidad presente en las publicaciones de campaña electoral publicadas en la Red Social en Línea Facebook, publicadas por la página Vota Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transgénero (Vota LGBT). En cuanto a los procedimientos metodológicos, la investigación tiene un carácter exploratorio con un enfoque cualitativo. La investigación recopiló datos sobre publicaciones en la página de la organización social Vota LGBT que se realizaron entre el 27 de septiembre y el 15 de noviembre de 2020, durante el periodo de elecciones municipales. Los resultados presentaron el análisis de cinco fotografías publicadas por la página Vota LGBT, a partir de las características de textualidad (intencionalidad, aceptabilidad, situacionalidad, informatividad e intertextualidad) que permitieron visualizar la intención del productor y los elementos que componían las publicaciones. Como conclusiones, la investigación presentó que las publicaciones buscan informar al receptor con el fin de dar a conocer, publicitar, difundir, invitar al debate sobre los lineamientos que envuelven a la comunidad y convencer al elector de votar por la comunidad Lesbiana, Gay, Bisexual, Transgénero, Queer, Intersex, Asexual, + (usado para incluir otras identidades de género y orientaciones sexuales que no encajan en el patrón cis-heteronormativo).

Palabras clave: Redes sociales. Lingüística Textual. Textualidad.

1 Introdução

Textos são constituídos de informações que poderão estar corporificados em suportes e, portanto, podem ser passíveis de organização. A informação, entendida como um elemento modificador de um estado de conhecimento para outro, está incluída no processo comunicativo entre o produtor e o receptor por meio de textos. Sendo assim, a Ciência da Informação – preocupada com as propriedades, o comportamento, o uso e a transmissão da informação (BORKO, 1968) materializada em um suporte informacional – é capaz de compreender aspectos intrínseco e extrínseco do texto, como, por exemplo, os sujeitos do processo, as propriedades textuais, o contexto e a intenção comunicativa.

Quando compreendido como unidade no campo dos estudos da linguagem, o texto é uma manifestação da comunicação humana. Esses estudos estão situados na área de Linguística, especialmente na Linguística Textual (LT). A LT contempla a análise de textos, a partir do processo comunicativo (sujeito e situação comunicativa). Nesta perspectiva, o texto é concebido como um ato comunicativo e sua elaboração é uma consequência das atividades humanas, cuja finalidade é articular sentidos e intenções para promover a coerência semântica e pragmática. Assim, o texto possui um conjunto de elementos linguísticos selecionados e ordenados pelos falantes, de modo a permitir aos participantes não apenas a compreensão de conteúdos

semânticos, mas também a interação (ou atuação) de acordo com práticas socioculturais (KOCH, 2009; 1997).

Nesta pesquisa, compreende-se que, a concepção de informação é um ato que poderá transformar o status informacional do leitor (receptor), a partir da intenção do autor (produtor) por meio de um texto. Podemos observar essa tríade (produtor-texto-receptor) a partir das três abordagens da informação, propostas por Buckland (1991). Embora o destaque dessa abordagem seja a informação-como-coisa (o objeto), durante e após a leitura do texto se espera que ocorra uma mudança na mente do indivíduo, para informação-como-processo e, a posteriori, para informação-como-conhecimento.

Portanto, o texto ultrapassa a análise dos elementos que o constitui gramaticalmente e pode ser observado sob a perspectiva sócio cognitivista das circunstâncias da sua produção e recepção. Perceber o texto como uma unidade de registro da manifestação da linguagem humana é também considerar as características de textualidade, estas são um conjunto de processos semânticos, construídos com base na experiência e comunicados a interlocutores (GREGOLIN, 1993).

Com a penetração do uso de Tecnologias de Informação e Comunicação nas atividades humanas (CASTELLS, 2021), em especial no domínio tecnológico empregado para a construção de Redes Sociais *Online* (RSO) (RODRIGUES; SANT'ANA, 2018), as publicações em uma RSO são uma das formas de comunicação humana que apresentam particularidades, devido ao suporte e ao modo de exibição do texto – uma projeção visual em tela por meio da linguagem binária¹. Nas RSO, as publicações são textos elaborados por meio de criações a partir de elementos linguísticos selecionados pelos usuários, dotados de sentido que buscam estabelecer o vínculo entre produtor/receptor e que possuem argumentatividade.

No caso das organizações sociais que possuem páginas em RSO, a função argumentativa direciona o usuário para uma conclusão, geralmente relacionada com a proposta do coletivo social. Para isto, são empregados elementos de textualidade nas publicações, como, por exemplo, as campanhas eleitorais, que se destinam a um público específico e que essencialmente buscam convencer o eleitor a praticar uma ação. Assim, os sentidos do texto são constituídos por fatores linguísticos, cognitivos, culturais e interacionais (GREGOLIN, 1993).

Deste modo, com base na LT e na perspectiva sócio cognitivista de produção e de recepção dos textos, aliado a concepção de informação como ato de modificação de um status de conhecimento, formulou-se a seguinte questão-problema: como os aspectos de textualidade

¹ A linguagem binária é o sistema utilizado por máquinas com circuitos digitais para interpretar informações e executar ações. É por meio dessa linguagem que o computador exibe e processa textos, números e imagens.

podem ser observados em publicações de campanhas eleitorais municipais de candidaturas LGBTQIA+ na RSO Facebook?

Inicialmente, realizou-se o levantamento bibliográfico para o marco teórico, mediante a pesquisa sobre os estudos da Linguística Textual, fundamentando os principais conceitos e noções sobre textos e evidenciando o caráter interacional entre os sujeitos, o texto e o contexto (KOCH, 2009, 2010; MARCUSCHI, 2009, 2010; BENTES, 2012; FIORIN, 2013; GREGOLIN, 1993). Em seguida, realizou-se o levantamento da literatura sobre os aspectos que permeiam o uso de ferramentas na internet, principalmente, sobre a utilização dos SRSO (RODRIGUES, 2017; RECUERO, 2009) e foi selecionada a RSO Facebook, especificamente as publicações da página Vote LGBT veiculadas no período eleitoral municipal. A seção 4 aborda os detalhes dos procedimentos metodológicos.

A pesquisa objetiva identificar as características de textualidade presentes nas publicações de campanhas eleitorais veiculadas na RSO Facebook, publicadas pela página Vote LGBT. O texto está dividido em duas seções teóricas, sendo a primeira sobre a Linguística Textual e a segunda sobre Redes Sociais Online. Seguida da seção dos procedimentos metodológicos e por fim os resultados e discussões das características de textualidade (intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e intertextualidade) identificadas nas publicações.

2 Linguística Textual e Textualidade

A Linguística é uma ciência que está interessada na linguagem humana que se ramifica ao estudar a língua, as mudanças, as competências, as variações e o uso (FIORIN, 2013). As formas de comunicação humana por meio da linguagem podem ser ampliadas devido à multiplicidade de seres humanos que pensam, se comportam e agem diferentemente.

A linguagem exerce sobre as pessoas um poder que permite não só nomear, criar, transformar o universo, mas também possibilita troca de experiências, falar sobre acontecimentos do passado, presente, futuro e até mesmo imaginar o que não pode existir (PETTER, 2011); respondendo a uma necessidade humana (a de comunicar-se), ao considerar que os falantes expressam valores afetivos, estéticos, ideológicos e políticos (FIORIN, 2013).

De acordo com Fiorin (2013), a linguagem é a capacidade de produzir sentido e comunicar, pois, também é uma maneira de perceber o mundo, o que significa que as palavras criam conceitos, ordenam a realidade e categorizam o mundo. No domínio da LT, o texto passa a ser estudado considerando também o contexto de produção por meio das circunstâncias externas ao texto, de modo a observar a sua produção, recepção e interpretação (KOCH, 2010).

Portanto, o texto é um ato de comunicação unificada num complexo de ações humanas e a sua elaboração deriva dos atos humanos que discorrerem sobre determinado assunto/tema a fim de registrar, articulando sentidos e intenções que buscam promover coerência tanto de aspecto semântico quanto de elementos pragmáticos (MARCUSCHI, 2012). Observa-se que se os fatos da linguagem têm caráter social, o processo/produto pelo qual se dá a interação entre os interlocutores é o texto. Sendo assim, o texto está ligado a uma situação material concreta, como igualmente a um contexto mais amplo que configura as condições de uma determinada comunidade linguística (MARCUSCHI, 2012).

No processo comunicativo existirá ao menos dois sujeitos: o produtor e o receptor. Produzir um texto é lidar com várias situações relevantes, tais como: expectativa, crenças, visões de mundo, pré-conhecimentos, pressuposições, convicções. E, ao considerar todas essas situações, o produtor usa o texto como instrumento mediador para atingir a sua principal meta, a de comunicar (ROCHA; SILVA, 2017).

Nesta perspectiva, o texto elaborado pelo produtor deverá conter elementos que direcionam a interpretação do receptor, também chamado marcas linguísticas. Para Gregolin (1993, p. 26),

As marcas linguísticas que estruturam um texto guiam o leitor para a interpretação semântica dos sentidos em uma determinada direção argumentativa. Assim, os sentidos de um texto são construídos por fatores linguísticos, cognitivos culturais e interacionais, que devem ser recuperados na leitura.

A linguagem é uma atividade complexa de produção de sentido, em que o texto é considerado o lugar de interação entre os sujeitos que nele se constroem. Segundo Beaugrande (1983 *apud* Marcuschi, 2012), o texto é um evento comunicativo para o qual convergem ações linguísticas, sociais e cognitivas.

A elaboração e a variação de textos ocorre mediante a linguagem utilizada pelo falante. Assim possibilita diversificação tanto de gênero quanto da tipologia textual, adquiridos pela interação, a qual se apresenta de modo a cumprir uma função social específica adequada ao texto proveniente de suas marcações (CÂNDIDO, 2020). Para Koch (2009, p. 24) “O conhecimento sobre estruturas ou modelos textuais globais é aquele que permite aos falantes reconhecer textos como exemplares de determinado gênero ou tipo” são as características presentes no texto que o falante distingue entre gênero e tipo textual.

Beaugrande e Dressler (1983 *apud* Koch 2009, p. 35) apresentam características de textualidade que têm como intuito observar essa interação entre texto e contexto, bem como os usuários, distribuídos do seguinte modo: dois centrados no texto (coesão e coerência) e cinco centrados no usuário – intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e

intertextualidade (ver Quadro 1). Segundo os autores, essas características buscam auxiliar na construção de sentido do texto.

Quadro 1 – Características centradas no usuário.

Critério	Descrição
Intencionalidade	Refere-se ao modo como os emissores usam textos para perseguir e realizar suas intenções, produzindo, para tanto, textos adequados à obtenção dos efeitos desejados.
Aceitabilidade	Refere-se a atitudes dos interlocutores de aceitarem a manifestação linguística do outro como um texto coeso e coerente, que tenha-lhes alguma relevância.
Situacionalidade	Responsável pela coerência, pode ser vista atuando em duas direções: a) da situação para o texto – trata-se de determinar em que medida a situação comunicativa interfere na produção/recepção do texto; b) do texto para a situação – o produtor recria o mundo de acordo com seus objetivos, propósitos, interesses, convicções, crenças.
Informatividade	Diz respeito ao grau de previsibilidade (ou exportabilidade) da informação contida no texto.
Intertextualidade	Ocorre quando o produtor de um texto repete expressões, enunciados ou trechos de outros textos, ou então o estilo de determinado autor ou, de determinados tipos de discurso.

Fonte: Autores, baseado em Cândido (2020), Koch (2010) e Koch e Travaglia (2001).

Ainda de acordo com Beaugrande e Dressler (1983 *apud* Koch 2010), as características descritas no Quadro 1 são denominadas de conjunto de textualidade que fornecem tessitura ao texto. Segundo Koch e Travaglia (2001), a textualidade ou textura é o que efetua uma sequência linguística torna-se um texto e não um amontoado de palavras. A sequência é percebida como texto quando quem a recebe pode percebê-la como uma unidade significativa global. Os fatores de textualidade funcionam como contextualizadores do evento comunicativo. Agem juntos, a fim de manter o entendimento e situar o receptor no espaço em que ocorre a comunicação (ROCHA; SILVA, 2017). Diante disso, “[...] os fatores de contextualização desempenham um papel muito importante no estabelecimento da coerência” (KOCH; TRAVAGLIA, 2015, p. 84).

Portanto, a textualidade envolve aspectos externos relacionados a produção, a recepção e a interpretação do texto, e considera os elementos externos à linguagem e a interação entre esses atores: escritor, leitor e ouvinte. É o que permite ao texto uma mensagem de sentido, de modo a estabelecer vinculações entre o receptor e o produtor da manifestação linguística (KOCH, 1997; CÂNDIDO, 2020). Assim, a textualidade é fundamentada em três níveis:

a) no nível lógico-cognitivo são estabelecidas as representações semânticas do texto; b) no nível linguístico é estabelecida a coesão textual através de procedimentos particulares como a pronominalização, a sequencialização por conectores ou pelo uso dos tempos verbais, entre outros; c) no nível contextual ou pragmático é estabelecida a relação entre o texto e o contexto que o produziu (GREGOLIN, 1993, p. 25).

Entre os serviços oferecidos pelas instituições detentoras de RSO estão a criação de páginas dentro de seus serviços, com objetivo de reunir pessoas com interesses comuns. São

espaços onde a produção textual (verbal ou não-verbal) é uma ação frequente entre participantes, de modo que poderão ser milhares os receptores. As publicações veiculadas nas páginas são formas textuais endereçadas a um público específico, mas que podem ser acessadas por diferentes participantes. Os textos são dotados de persuasão porque possuem uma finalidade intrínseca, inclusive podem ser espaços para militâncias e campanhas eleitorais.

3 Redes Sociais Online: página Vote LGBT

Entre as possibilidades de comunicação entre dois ou mais sujeitos, no âmbito da Tecnologia de Informação e Comunicação, a abordagem em rede fornece ferramentas para o estudo dos aspectos sociais no ciberespaço. Por exemplo, permite estudar a criação das estruturas sociais e suas dinâmicas, tais como: a criação de capital social e sua manutenção, a emergência da cooperação e da competição, as funções das estruturas e as diferenças entre os variados grupos e seu impacto nos indivíduos (RECUERO, 2009).

As denominadas Redes Sociais Online (RSO) são sistemas de informações com capacidade de possibilitar o relacionamento entre indivíduos (podem ser indivíduos isolados ou grupos/instituições) que participam de uma determinada rede unidos por interesses comuns, mediante a disponibilidade de conexão com a internet (BOYD; ELLISON, 2007).

Recuero (2009) afirma que as RSO possuem dois elementos característicos e basilares para que a rede seja percebida bem como as informações apreendidas: os atores (são as pessoas envolvidas na rede em que se analisa) e as conexões (são identificadas por meio da interação e de laços sociais com outros atores). As relações do tecido social se modificam e as redes sociais, antes formadas por interconexões de pessoas em ambientes físicos (conversas em geral) e ambientes mediados por tecnologias (a carta, a revista, o jornal) se reconfiguram em redes de inter-relacionamentos mediadas por serviços de redes sociais online (RODRIGUES, 2017).

Deste modo, as RSO possuem como característica comum a possibilidade de oferecer mecanismos de interatividade, recursos, armazenagem e navegação, possibilitando o relacionamento entre indivíduos e grupos, independentemente da localização geográfica. A quantidade de indivíduos nessas redes ultrapassa a marca de 3,6 bilhões no mundo e a expectativa é de aumentar para 4,4 bilhões de usuários em 2025 (STATISTA, 2021), público que contempla parcela significativa dos seres humanos.

Dentre as possibilidades, é comum verificar atividades que possuem finalidade de promover ações e debates sobre um determinado assunto. Por meio de acesso à internet, sobretudo nas RSO, é possível potencializar os debates e discussões sobre assuntos pouco frequentes na agenda governamental.

Entre os grupos minoritários existe uma demanda da participação política – apesar de aspectos que limitam essa participação, como, por exemplo, dificuldades de recursos materiais e financeiros. As iniciativas deste tipo, dentro de RSO, emergem na tentativa de promover a construção contínua do debate (LOPES, 2018). Uma das RSO que é *locus* utilizado para promoção e ampliação de alcance dos grupos minoritários é o Facebook. A RSO Facebook possibilita a criação de páginas e perfis de usuários, já que estas opções podem ser selecionadas ao ingressar no serviço.

O #VoteLGBT surgiu no ano de 2014 como um empreendimento da sociedade civil, de caráter suprapartidário – independentemente de qualquer organização partidária – com o objetivo principal de aumentar a representatividade LGBTQIA+ nos partidos políticos no poder Legislativo, em prol do desenvolvimento e à implementação de políticas públicas direcionadas à população LGBTQIA+ (LOPES, 2018).

A organização possui ferramentas digitais que contribuem para a articulação nacional das candidaturas, como, por exemplo, a página Vote LGBT na RSO Facebook. O endereço eletrônico (<https://votelgbt.org/>) concentra – e funciona como – fonte de informações sobre ações com pesquisas investigativas sobre a população LGBTQI+, incidências legislativas, promoção de visibilidade a candidaturas e pró LGBTQI+, criação de plataformas, ferramentas digitais e campanhas de sensibilização (VOTELGBT, 2022).

As iniciativas de utilização de RSO por movimentos sociais, cuja finalidade é encaminhar esforços coletivos para mudança social, podem potencializar ações de difusão de informações e, principalmente, mobilizações por meio das repercussões dos temas e agendas (LOPES, 2018). Iniciativas de ciberativismo em prol da representação política são comuns nas RSO, na maioria pelo alcance possibilitado pelos serviços e pela disponibilidade de recursos de multimídia diversificados.

4 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa possui caráter exploratório com abordagem qualitativa. A investigação coletou dados sobre as publicações fotográficas na página da organização social Vote LGBT que ocorreram entre os dias 27 de setembro e 15 de novembro de 2020, durante o período das eleições municipais. A organização social aumenta a representatividade de pessoas LGBT em todos os espaços, principalmente na política (VOTELGBT, 2022f). O Vote LGBT possui uma página na RSO Facebook² com cerca de 34 mil seguidores³ como ferramenta de apoio para difundir

² Marca registrada de Meta Platforms, Inc. Disponível em: <https://about.facebook.com/br/meta/>. Acesso em: 17 mar. 2022.

³ Esse total corresponde a consulta na página em 17 de março de 2022.

informações sobre candidaturas, campanhas de sensibilização e outras ações investigativas sobre a população LGBTQIA+.

Com base RSO Vote LGBT, foram selecionadas como publicações o conjunto de fotografias e o texto na linha do tempo da página Vote LGBT no período delimitado. A escolha do período das publicações analisadas é concomitante com o período estabelecido no calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), tribunal responsável por definir o início e o fim das campanhas eleitorais (BRASIL, 2020). Descartou-se, as notificações de publicações de terceiros, mensagens de atualizações da página e os comentários das publicações. O percurso metodológico foi orientado sob a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011). A organização da pesquisa foi dividida em três etapas sequenciais: i) pré-análise, ii) exploração do material e iii) tratamento dos resultados.

A etapa de pré-análise consistiu na organização do material para compor o corpus da pesquisa. Primeiramente, buscou na literatura científica os principais conceitos e noções sobre LT, textualidade, argumentatividade, texto e contexto (KOCH, 2009, 2010; BENTES, 2012; FIORIN, 2013; GREGOLIN, 1993) a noção de redes e configuração das RSO (RODRIGUES, 2017; RECUERO, 2009) como referencial teórico. Posteriormente, iniciou-se a coleta das publicações na página segundo a ordem cronológica das fotografias.

Na etapa de exploração do material, os dados das publicações foram inseridos em uma planilha eletrônica: a data, o tipo de mídia, o hyperlink de acesso e o texto. Os recursos imagéticos foram armazenados em um diretório no sistema de arquivos. As publicações foram categorizadas de acordo com a predominância de um das características de textualidade (intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e intertextualidade). A partir da categorização das publicações coletadas, foi selecionada uma publicação de cada característica de textualidade, ou seja, foram selecionadas cinco publicações. A escolha de cinco publicações delimitou-se pela predominância da característica de textualidade e pelo entendimento de publicação como o conjunto: a fotografia e o texto associado. A etapa de tratamento dos resultados ocorreu de modo a formular análises a partir das características de textualidade.

5 Resultados e Discussões

As análises ocorreram considerando o texto e a imagem, em que juntos formam o que foi convencionado nesta pesquisa de publicação. Optou-se pela análise deste conjunto, pois um complementa o outro. Nas subseções são discutidas as publicações segundo as características de textualidade centrados no usuário (intencionalidade, informatividade, situacionalidade, aceitabilidade, intertextualidade). Entendeu-se que as publicações possuem uma característica

que se sobressai em relação aos demais e, portanto, foi considerado o que mais se destacou na publicação.

5.1 Intencionalidade

De acordo com Koch e Travaglia (2015), o produtor de um texto possui determinados objetivos ou propósitos, que vão desde a simples intenção de estabelecer ou manter o contato com o receptor até a de levá-lo a partilhar de suas opiniões ou a agir, comportar-se de determinada maneira.

Os elementos linguísticos contidos no texto que acompanha a imagem como: “política social, partidos políticos” são ativos de conhecimento para situar o receptor no contexto das eleições. As palavras “corpo, corpos⁴, identidade, pautas identitárias, expressão” podem ser associadas a outros significados como as características que identificam uma comunidade. O objetivo do produtor é situar a trajetória da comunidade LGBT na política brasileira por meio de diferentes aspectos reunidos em um documento escrito.

Fotografia 1 – Exemplo das publicações de Intencionalidade.

Todos nós fazemos parte da estrutura política social e, nada mais importante que entender como a política acolhe e trata nossos corpos, corpos, indentedades e expressões. Por isso a galera foda da @casa1 elaborou um dossiê sobre a nossa comunidade LGBTQ+ e os partidos políticos em nosso país! Esse trabalho belíssimo foi feito com a ajuda de muitas mãos e traz diversas formas de entender as pautas identitárias na política institucional, além de apontar as lacunas e caminhos para ocupar esses espaços ainda MUITO necessários para nossas vivências.

⁴ Optou-se por retirar integralmente o texto que acompanha a imagem sem realizar correções ortográficas, pois algumas publicações os produtores utilizaram o pronome neutro. O pronome neutro é aquele isento de indicação de gênero, geralmente usado para se referir a pessoas não binárias. Uma parcela do movimento LGBTQIA+ reivindica a não binariedade, uma possibilidade de gênero neutro. Entretanto, esse gênero não está dentro da sistemática da Língua Portuguesa (MOURA, 2021).



Fonte: Vote LGBT (2020a) em 12 nov. 2020.

A Fotografia 1 é composta por três elementos principais: a silhueta de uma pessoa, a bandeira nacional ao fundo sugestionando um espaço estatal e a chamada “Livro eletrônico: comunidade LGBT+ e partidos políticos no Brasil”. Juntos esses elementos contribuem para a argumentatividade de que a comunidade LGBT é formada por um corpo político que não está representado em um único indivíduo ou pessoas marginalizadas, invisíveis, excluídas das políticas públicas, mas que possuem uma trajetória política e buscam expor as pautas identitárias na política institucional.

5.2 Informatividade

A informatividade interfere na construção da coerência do texto sendo parte importante na sua interpretação, é a informação trazida pelo produtor do tópico discursivo e diz que trata determinada produção (ROCHA; SILVA, 2017).

Fotografia 2 – Exemplo de publicação da Informatividade.

Já começaram os atendimentos do @escutacandidata! 🥰 Que tal nos ajudar a fazer esse projeto incrível continuar a ganhar o mundão? 😞 Marca aqui nos comentários a sua candidata pra conhecer o projeto e fazer parte dessa rede de ajuda e auxílio às mulheres na política! 😊 Ah, vale lembrar que os atendimentos irão acontecer durante todo o período eleitoral para as candidaturas de mulheres LGBTI, negras cis heterossexuais e pessoas não binárias.



Fonte: Vote LGBT (2020b) em 28 out. 2020.

Na Fotografia 2 da publicação, o produtor ao elaborar o texto tem a intenção de que o receptor seja informado sobre um projeto denominado Escuta Candidata. O objetivo do projeto é prestar apoio e auxílio as mulheres LGBT – negras cis heterossexuais e pessoas não binárias – sendo candidatas as eleições municipais. No texto escrito, que antecede a imagem, é informado aos receptores que os atendimentos iniciaram e as candidatas que desconhecem o projeto devem ser informadas (via notificação na própria RSO Facebook). Quanto à imagem, a publicação reúne dois elementos, a frase “Já começaram as escutas” e os ícones de três cadeiras diferentes, juntos os dois constroem a coerência no texto necessária para interpretação.

O verbo escutar conduz o receptor a interpretação de duas possibilidades: a primeira é remeter ao nome do projeto (Escuta Candidata) e, conseqüentemente, avisá-lo que os atendimentos já iniciaram (Já começaram as escutas!). A segunda relação é associação entre a atitude de escuta (enquanto motivação altruísta) e os diferentes tipos de cadeiras como a representação de um objeto por meio do qual as pessoas sentam e conversam por um longo período.

5.3 Situacionalidade

A situacionalidade é a adequação da manifestação linguística a uma situação comunicativa do texto e está relacionada ao contexto, se referindo ao fato de relacionar o evento textual à situação comunicativa. A situação ajuda a direcionar o sentido do discurso, tanto em sua produção como também em seu entendimento. Na Fotografia 3 o fato narrado é um crime ocorrido no meio virtual onde ocorreu uma reunião do Programa Voto Com Orgulho da Aliança Nacional LGBTI+.

Fotografia 3 – Exemplo de publicação da Situacionalidade.

Ontem (15), logo após a abertura do Seminário “Diálogos para enfrentar as desinformações, notícias falsas e discurso de ódio nas eleições municipais”, evento que faz parte do Programa Voto Com Orgulho da Aliança Nacional LGBTI+, foi invadido por hackers com imagens e mensagens nazistas, discriminatórias e pornográficas Nós do #VoteLGBT, junto a outras entidade como o @me_representaa estávamos participando do evento como palestrantes. Foi horrível. 😞 A violência política é uma grande ameaça à nestas eleições. Discurso de ódio nas eleições não dá! Estamos coletando denúncias de eleitoras/es e candidatas na plataforma tretaqui.org. Se você candidate ou eleitor/a testemunhar algum ataque de ódio, online ou offline, denuncie. O poder público precisa trabalhar para impedir outros ataques como este. Compartilhe essa publicação com seus amigos e com todos que lutam por uma política com a participação de todes. Não vão nos assutar. RESISTIMOS! 🏳️‍🌈🗳️



Fonte: Vote LGBT (2020c) em 16 out. 2020.

A motivação do crime foi a própria pauta da reunião, que consistia em possibilitar diálogos para enfrentar as desinformações, notícias falsas e discurso de ódio. A narração do fato como um momento desagradável por meio da expressão “Foi horrível” e corroborando para a importância de discutir discurso de ódio, aliada a construção imagética de uma bandeira nas cores do arco-íris (um dos símbolos do movimento LGBTQIA+) sendo queimada e a saudação de soldados nazistas (o braço direito é levantado em um ângulo cerca de 45 graus na horizontal).

A situação comunicativa é justamente direcionar ao leitor que as pautas LGBTQIA+ ainda sofrem preconceitos e as pessoas são vítimas de crimes, para tanto o fato é narrado descrevendo o sentimento de impotência ao se dizer “foi invadido por hackers com imagens e mensagens nazistas, discriminatórias e pornográficas Nós do #VoteLGBT, junto a outras entidades como o @me_representaa estávamos participando do evento como palestrantes. Foi horrível.”

5.4 Aceitabilidade

A aceitabilidade é inerente ao receptor, porque ela analisa o nível de coerência e coesão que o texto utiliza, conseguindo levar o receptor a aceitar o texto produzido e, conseqüentemente, ampliar os seus conhecimentos, visto que “um texto é construído com uma finalidade que deve ser percebida pelo leitor” (SANTOS, 2013, p. 98), no qual advém a aceitação ou não da produção linguística.

No caso da Fotografia 4, a imagem é construída em torno de uma pergunta: "Você sabe o que é violência política?" e acima a expressão "Treta Aqui!". A intenção do produtor é indicar para o receptor que além de identificar a violência política que afeta principalmente as mulheres, pessoas negras, indígenas, LGBTQIA+ faça denúncias na plataforma responsável por coletar informações dessa natureza.

Fotografia 4 – Exemplo de publicação da Aceitabilidade.

A violência política afeta principalmente as mulheres, pessoas negras, indígenas e LGBT+. Pra variar não existem dados sobre isso, mores. A gente quer políticas públicas de proteção e segurança, então o que a gente faz? 🤔 A gente se junta pra gerar dados e fazer pressão! 🗣️ Você sabe o que é violência política? Neste carrossel, a gente começa essa conversa! 😊 A plataformaTretAqui.org veio com para coletar denúncias de violência política e é muito fácil de usar. Além disso é tudo anônimo e garante toda a privacidade e segurança. Então já sabe, viu acontecendo algum abuso ou ataque? Registra no #TretAqui! Discurso de ódio e desinformação nas eleições não dá!



Fonte: Vote LGBT (2020d) em 21 out. 2020.

A expressão utilizada (Treta Aqui!) possui dois sentidos: o primeiro que remete ao próprio significado da gíria, isto é, uma situação que ocorre um problema que gera discussão desordenada, o segundo é associar a expressão à plataforma responsável por receber denúncias e mensurar a violência política. O nome da plataforma TretAqui.org é uma releitura do significado da gíria em que reúne problemáticas sociais (discriminação, discurso de ódio), mas que poderão ser mensuradas, ou seja, contrário a ideia de desordenação.

A aceitabilidade dependerá da análise que o receptor efetuará da imagem e do texto associado à imagem, se reconhecer a expressão utilizada pelo produtor e saber as formas de violência política, sobretudo ativar um conhecimento específico ao compreender que as minorias sociais são as vítimas frequentes. Além disso, pode ocorrer que o receptor desconheça a expressão e a plataforma, mas tenha noção sobre a violência política e após o contato com o texto, compreenda e aceite a intenção do produtor.

5.5 Intertextualidade

Segundo Marcuschi (2008) a intertextualidade é uma propriedade constitutiva de qualquer texto e o conjunto das relações explícitas ou implícitas que um texto ou um grupo de textos mantém com outros. Na Fotografia 5 a produção do texto está relacionada aos últimos dias que antecedem o dia marcado para a votação das eleições municipais. Nesse sentido, o texto que acompanha a imagem apresenta orientações similares aos textos injuntivos para a

votação como “confirme o seu local de votação; leve o seu título de eleitor e a sua própria caneta; leve anotado os números de seus candidatas; na seção, limpe as mãos com álcool em gel e evite contato físico; use a máscara o tempo todo”.

Fotografia 5 – Exemplo de publicação da Intertextualidade.

As eleições municipais serão domingo (15) e nós, junto com Seremos Resistência e Márcio Talon, temos um convite para você. Além disso, lembre-se também de alguns cuidados que deverão ser tomados para que todes votem com segurança: • você poderá votar das 7h às 17h; • deixe o período das 7h às 10h para pessoas com mais de 60 anos; • confirme o seu local de votação; • leve o seu título de eleitor e a sua própria caneta; • leve anotado os números de seus candidatas; • na seção, limpe as mãos com álcool em gel e evite contato físico; • use a máscara o tempo todo; • caso tenha tido febre ou covid nos últimos 14 dias, fique em casa. Vamos juntas e com segurança eleger candidatas comprometidas com mais liberdade, diversidade e equidade. 🙌🌈👏 Uma boa votação a todes! 🗳️🌟



Fonte: Vote LGBT (2020e) em 13 nov. 2020.

Nas imagens da publicação, a intertextualidade é construída pelo produtor a partir da apropriação dos verbetes de dicionários ao explicar o que as palavras liberdade, diversidade e equidade significam, entretanto, não seguem forma dicionarizada. Desse modo, o produtor se utiliza de outro tipo de texto para construir a coerência textual e reforçar o sentido veiculado no texto.

6 Considerações Finais

As características de textualidade são o que permite ao texto possuir sentidos e não ser um amontoado de palavras. Assim, foram observados aspectos relacionados aos fatores, como: Semântico (coesão e coerência) e o Pragmático (intencionalidade, aceitabilidade, situacionalidade, informatividade e intertextualidade) que estão correlacionados aos aspectos sociocomunicativos, de certa forma centrado nos usuários (leitores).

Já que o fator da textualidade se refere ao que o produtor do texto pretende com esse, ou seja, o texto é elaborado com um propósito não existindo texto neutro. Posto isto, o texto é o resultado do processo de textualidade. E logo, a característica desse conjunto pode sim, ser direcionado. Sendo assim, o texto como evento comunicativo no qual convergem ações

linguísticas, sociais e cognitivas foi observado nas publicações da página Vote LGBT, cuja finalidade é de aumentar a representatividade LGBTQIA+ nos partidos políticos por meio também de articulações no ciberespaço, especialmente em RSO.

As publicações analisadas possuem graus diferentes das características de textualidade. No conjunto, as publicações buscam informar ao receptor no sentido de fazer conhecer, publicizar, disseminar, convidar ao debate sobre as pautas que circundam a comunidade LGBTQIA+ por meio de documentos como o livro eletrônico da trajetória dos partidos políticos, a plataforma TretAqui.org, o projeto Escuta Candidata. Um segundo aspecto se refere à expectativa do produtor para que o receptor tenha uma ação diante das informações expostas por meio das publicações, pois o período eleitoral é marcado pela constância das campanhas eleitorais, cujo objetivo é convencer o eleitor a votar nas candidaturas LGBTQIA+.

Para que as publicações alcancem o objetivo proposto pelo produtor foi necessário a inclusão das marcas linguísticas. Por meio da utilização da polissemia nas palavras (gíria *treta aqui*, verbo *escutar*), uso de imagens (capa do livro eletrônico com a silhueta de uma pessoa, as diferentes cadeiras, arco-íris, recorte de jornal), uso de pronome neutro (*corpas*, *candidates*, *juntas*, *comprometides*, *todes*).

Nesta pesquisa foi considerado que os textos são dotados de informação, e como essa poderá transformar o status de conhecimento do receptor, a partir da intenção do produtor. As três abordagens da informação propostas por Buckland (1991) podem ser examinadas se considerarmos que a informação-como-conhecimento ocorre quando a informação contida no texto (elaborada segundo as intenções do produtor) é aceita pelo receptor, isso pode ser o convencimento em votar em candidaturas LGBTQIA+ ou informar no sentido de fazer conhecer, publicizar, disseminar, convidar ao debate.

Até o alcance dos objetivos do produtor ocorre a abordagem da informação-como-processo (as informações são acessadas e processadas na mente do receptor). Nesse caso, durante e após a leitura do texto se espera que ocorra uma transformação na mente do indivíduo, isso pode ser ação que o produtor espera do receptor, pois “[...] a informação muda seus interlocutores, reduzindo, ou ampliando, a incerteza sobre determinado tema, de acordo com os aportes informacionais realizados” (PAZIN VITORIANO, 2017, p. 59).

Por fim, a abordagem da informação-como-coisa trata da atribuição do conceito de informação a objetos, nesse caso está fixada na exibição do texto na RSO Facebook – uma projeção visual em tela por meio da linguagem binária. Portanto, torna possível a transmissão no tempo e no espaço, inclusive remotamente, que se constituiu tradicionalmente no objeto da Ciência da Informação, sendo assim esta pesquisa contribui para outras perspectivas de abordagem da informação para além da Biblioteconomia e Arquivologia.

Aponta-se como limitações desta pesquisa a investigação em uma RSO, ou seja, não foram investigadas outras RSO em conjunto, como, por exemplo, o Twitter. Além disso, as delimitações temporais poderiam ser ampliadas para incluir as publicações antes e após o período das eleições municipais. Conseqüentemente, esta pesquisa abre oportunidades para novas pesquisas, abrangendo, por exemplo, se características de textualidade podem ser observadas em mídias audiovisuais nas publicações da página Vote LGBT, se características de textualidade nas publicações ocorreram após o fim das eleições e se publicações da página Vote LGBT ocorrem em eleições presidenciais. Essas questões merecem aprofundamento e poderão ser objeto de estudo em investigações futuras.

Referências

- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BENTES, A. C. Linguística Textual. In: **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (org.). São Paulo: Cortez, 2012.
- BORKO, H. Information Science: What is it? **American Documentation**, v. 19, n. 1, p.3-5, Jan. 1968.
- BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210–230, out. 2007.
- BRASIL. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Propaganda eleitoral**. Calendário eleitoral, 2020. Disponível em: <https://www.tre-pr.jus.br/imprensa/noticias-tre-pr/2020/Setembro/confira-o-que-pode-e-o-que-nao-pode-na-propaganda-eleitoral>
Acesso em: 01 jan. 2021
- BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.
- CÂNDIDO, G. G. **O ato narrativo e a ética na descrição do documento de arquivo**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista – UNESP, Marília, 2020.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 23. ed. Rio de Janeiro, Brasil: Paz e Terra, 2021.
- FIORIN, J. L. (Org.). **Linguística? Que é isso?** São Paulo: Contexto, 2013.
- GREGOLIN, M. R. V. Linguística textual e ensino de língua: construindo a textualidade na escola. **ALFA: Revista de Linguística**, v. 37, 1993.
- KOCH, I. G. V. Linguística textual: retrospecto e perspectivas. **Alfa**, São Paulo, n. 41, p. 67-78, 1997. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4012>
Acesso em: 16 fev. 2021.
- KOCH, I. G. V.; TRAVAGLIA, L. C. **A coerência textual**. 12. ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- KOCH, I. G. V. **Introdução à linguística textual: trajetória e grandes temas**. 9ª ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.
- KOCH, I. G. V. **A coesão textual**. São Paulo: Contexto, 2010.
- KOCH, I. G. V.; TRAVAGLIA, L. C. **A coerência textual**. 18. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

LOPES, J. W. **#VoteLGBT: Ciberativismo por representação política no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

MARCUSCHI, L. A. **Linguística textual: o que é e como se faz**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. 3. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antonio Carlos (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido**. 3. ed. São Paulo Cortez, 2010.

MOURA, J. R. F. de. Língua(gem) e gênero neutro: uma perspectiva discursiva no português brasileiro. **Línguas e Instrumentos Linguísticos, Campinas, SP**, v. 24, n. 47, p. 146–163, 2021. DOI: 10.20396/lil.v24i47.8660785. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/lil/article/view/8660785> Acesso em: 11 jun. 2022.

PAZIN VITORIANO, M. C. de C. Uma aproximação entre Arquivologia e Ciência da Informação: o uso dos conceitos de informação orgânica e informação arquivística. **Brazilian Journal of Information Science: research trends**, Marília, v. 11, n. 4, 2017. DOI: 10.36311/1981-1640.2017.v11n4.09 Acesso em: 4 jun. 2022.

PETTER, M. Linguagem, Língua, Linguística. In: **Introdução à Linguística**. José Luiz Fiorin (org.), 6 ed. São Paulo: Contexto, 2011.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, M. S.; SILVA, M. M. P. A linguística textual e a construção do texto: um estudo sobre os fatores de textualidade. **A Cor das Letras**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 26–44, 2017. DOI: 10.13102/cl.v18i2.1866.

RODRIGUES, F. A. **Coleta de dados em redes sociais: privacidade de dados pessoais no acesso via Application Programming Interface**. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Estadual Paulista – UNESP. 2017. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/149768> Acesso em: 18 jun. 2020.

RODRIGUES, F. DE A.; SANT'ANA, R. C. G. Contextualização de conceitos teóricos no processo de coleta de dados de Redes Sociais Online. **Informação & Tecnologia**, v. 5, n. 1, p. 18–36, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/itec/article/view/38077> Acesso em: 04 mai. 2022.

SANTOS, M. F. O. **Os saberes construídos no processo da pesquisa**. Maceió, AL: Edufal, 2013.

STATISTA. **Number of social media users worldwide from 2010 to 2020 (in billions):** Social Media & User-Generated Content. [s.l.] Statista, 2021. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> Acesso em: 16 out. 2020.

VOTE LGBT. **Todos nós fazemos parte da estrutura política social** [...]. 12 novembro de 2020. 1 fotografia. Facebook: Vote LGBT. 2020a. Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt/photos/a.277077809147565/145995966419270/> Acesso em: 05 jun. 2022.

VOTE LGBT. **Já começaram os atendimentos do @escutacandidata!** [...]. 28 de outubro de 2020. 1 fotografia. Facebook: Vote LGBT. 2020b. Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt/photos/a.1319899044865431/144601467225387/> Acesso em: 05 jun. 2022.

VOTE LGBT. **Ontem (15), logo após a abertura do Seminário “Diálogos** [...]. 16 outubro de 2020. 1 fotografia. Facebook: Vote LGBT. 2020c. Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt/photos/a.277077809147565/1435589936629674/> Acesso em: 05 jun. 2022.

VOTE LGBT. **A violência política afeta principalmente as mulheres** [...]. 21 outubro de 2020. 4 fotografias. Facebook: Vote LGBT. 2020d. Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt/photos/pcb.1440217222833612/1440216996166968/> Acesso em: 05 jun. 2022.

VOTE LGBT. **[Sem título]**. 13 de novembro de 2020. 2 fotografias. Facebook: Vote LGBT. 2020e. Disponível em: <https://www.facebook.com/votelgbt/photos/pcb.1460839204104747/1460839167438084/> Acesso em: 05 jun. 2022.

VOTE LGBT. #VoteLgbt, c2022f. **Sobre o #VoteLgbt**. Disponível: <https://votelgbt.org> Acesso em: 22 maio 2022.