



**A pericenografia discursiva**  
**The discursive pericenography**  
**La periescenografía discursiva**

**Hélio Oliveira<sup>1</sup>** (UNIFEOP / UNIFESP)

**Resumo**

Neste trabalho, retoma-se a noção de cena da enunciação e, de modo mais específico, a de cenografia discursiva, no intuito de explorar a produtividade desses conceitos, propostos por Maingueneau (2005, 2008), expandindo a compreensão de seu funcionamento para abarcar fenômenos semântico-discursivos periféricos e simultâneos ao aparecimento de um determinado texto. A tese defendida é a de que alguns textos funcionam de maneira simbiótica, que propomos chamar de pericenografia, e cuja operação deve ser levada em conta no processo de interpretação desses textos.

**Palavras-chave:** enunciação, cenografia discursiva, pericenografia.

**Abstract**

In this paper, the notions of scene of enunciation and scenography are revisited, in order to explore the productivity of these concepts, proposed by Maingueneau (2005, 2008), expanding the comprehension of their operation to encompass the peripheral and simultaneous discursive semantic phenomena related to the appearance of a particular text. The thesis proposed here is that some texts work in a symbiotic way, which we call periscenography, and whose operation must be considered in the process of interpretation of these texts.

**Keywords:** enunciation, discursive scenography, periscenography.

**Resumen**

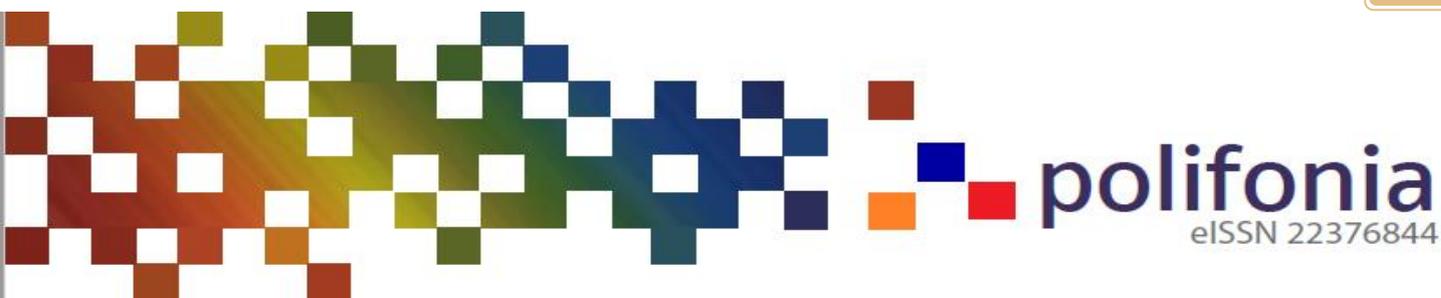
En este trabajo, se retoma la noción de la escena de la enunciación y, de modo más específico, la de escenografía discursiva, con la finalidad de explorar la productividad de esos conceptos, propuestos por Maingueneau (2005, 2008), expandiendo la comprensión de su funcionamiento para abarcar fenómenos semánticos-discursivos periféricos y simultáneos a la aparición de un determinado texto. La tesis defendida es la de que algunos textos funcionan de manera simbiótica, que proponemos llamarlos de periescenografía y cuya operación se debe tener en cuenta en el proceso de interpretación de esos textos.

**Palabras clave:** enunciación, escenografía, periescenografía.

**Introdução: explorando as “circunstâncias do discurso”**

---

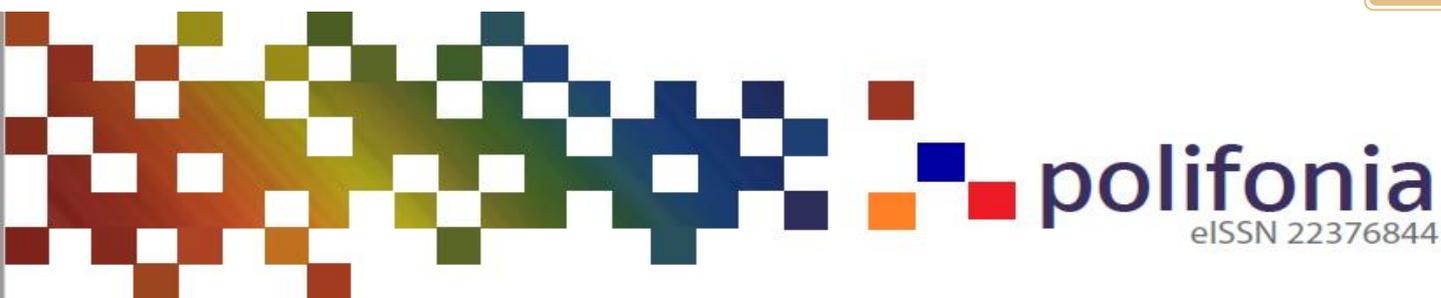
<sup>1</sup> Docente nos cursos de Letras e Pedagogia do Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos, em São João da Boa Vista, SP, e professor-orientador no curso de especialização em Gestão Pública da Universidade Federal de São Paulo, campus Osasco, SP.



Inicialmente deixada de lado pela linguística estruturalista, a ideia de contexto, com o passar do tempo, torna-se objeto de grande interesse para áreas como a pragmática (na teoria dos atos de fala e na das implicaturas) e a linguística de texto (na concepção dos critérios de textualidade e na de *frames*, por exemplo), que, cada uma a seu modo, consideram elementos “externos” ao enunciado e ao texto na compreensão no processo de produção de sentidos. Nessas áreas, e em afins, autores como Van Dijk (2012) e Hanks (2008) se dedicam a explorar as várias realizações do que se entende por contexto.

Na análise do discurso (AD), de certa forma, rompe-se com os pressupostos pragmaticistas e cognitivistas (principalmente pela concepção de sujeito correlata a essas correntes), desde os primeiros trabalhos de Pêcheux (1969), quando se começa a tratar do “estudo da ligação entre as ‘circunstâncias’ de um discurso – [...] suas *condições de produção* – e seu processo de produção” (p. 75). O conceito foi retomado em Pêcheux e Fuchs (1975), depois reformulado em Courtine (1981), com a finalidade de retirar o funcionamento do discurso da cena pragmática e, então, “inserir-lo nas instâncias enunciativas institucionais, marcadas por características amplamente históricas. Trata-se exatamente de uma ruptura com o modo de considerar as ‘circunstâncias do discurso’” (POSSENTI, 2004, p.367). De acordo com este último autor, os “contextos” somente interessam à AD “na medida em que, mesmo neles, funcionam condições históricas de produção”, ou seja, [eles] “fazem parte de uma história, já que, também nessas instâncias de enunciação, os enunciadores se assujeitam à sua formação discursiva” (2004, p. 369).

Um inequívoco ganho para o estudo dessa problemática é a proposta de *cena da enunciação* apresentada por Maingueneau (2005, 2008a), para quem essa noção acentua o fato de a enunciação acontecer “em um espaço instituído, definido pelo gênero de discurso” ao mesmo tempo em que põe em relevo “a dimensão construtiva do discurso, que se ‘coloca em cena’, instaurando seu próprio espaço de enunciação” (MAINGUENEAU, 2004, p.95).



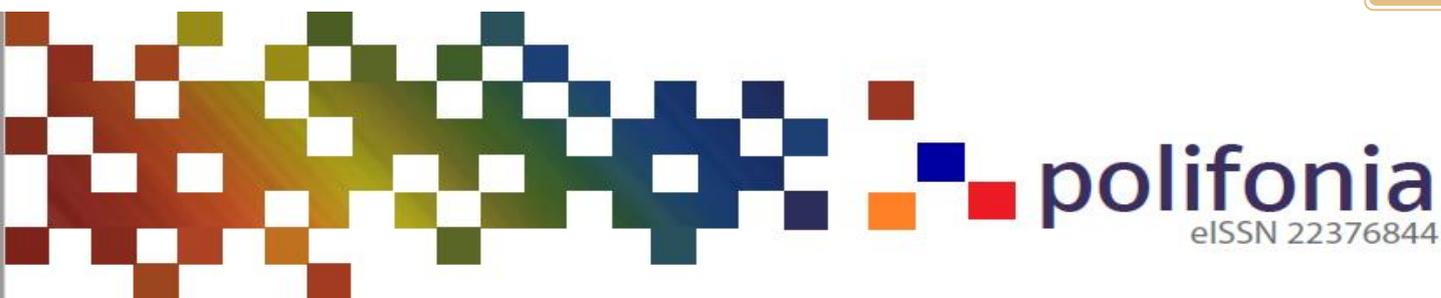
É principalmente nesta perspectiva conceitual defendida por Maingueneau – a abordagem discursiva do “acontecimento” de um texto, ou seja, de sua enunciação –, que o trabalho ora apresentado se apoia. Lida-se, portanto, com a exterioridade discursiva do texto, na medida em que essa exterioridade afeta (in)diretamente os sentidos produzidos a partir de um determinado texto. O objetivo central é expandir a cena de enunciação para abarcar fenômenos semântico-discursivos periféricos e simultâneos a um texto específico, em uma configuração específica. O próprio conceito de “texto”, aliás, é aqui evocado em seu sentido mais amplo, como materialização de um gênero discursivo, abrangendo produções verbais e não-verbais.

Antes da análise, todavia, é pertinente considerar brevemente a manifestação de um efeito de sentido peculiar, identificado por estudiosos da linguagem cinematográfica nos anos 1920, que pode ser aparentado ao fenômeno objeto deste artigo e que, de qualquer modo, levou à concepção de pericenografia.

## 1. O efeito Kuleshov: o sentido além do visível

A identificação de certa dimensão semântica simultânea a uma unidade de sentido (uma imagem, um enunciado) ou uma espécie de cofuncionamento de textos postos em relação já foi apontada, por exemplo, no trabalho do teórico de cinema russo Lev Kuleshov.

Kuleshov foi o primeiro a sistematizar as pesquisas em torno de aspectos técnicos, constitutivos da linguagem do cinema, e deu origem a “um dos conceitos mais consagrados da teoria cinematográfica: o específico do cinema é a montagem” (XAVIER, 1983, p. 20). Para o professor e cineasta russo, a decupagem, a escolha e a organização dos planos e cenas ocupam posição central na produção da narrativa e dos sentidos em um filme. No intuito de comprovar suas ideias, ele realizou uma experiência em que se projetavam numa tela sucessivas imagens com um rosto inexpressivo, seguidas de uma cena específica, e se perguntava aos espectadores suas impressões. O rosto do ator era sempre o mesmo (uma cópia do mesmo *frame*), o que



garantia a recorrência da mesma expressão facial considerada neutra. No primeiro teste, via-se a imagem do rosto, logo em seguida, uma criança morta em um caixão e, novamente, o plano com o rosto do ator. Inquiridos sobre qual seria o sentimento demonstrado pelo ator, o público respondia “pesar”. No próximo teste, depois do plano com o mesmo rosto, seguia-se a cena de um prato de sopa, e mais uma vez a mesma imagem do ator, que dessa vez era interpretada como demonstrando “fome”. Em outra tentativa, depois da imagem de uma mulher sensual, deitada num divã, ao mesmíssimo rosto foi atribuída manifestação de “luxúria” (KULESHOV, 1974). Com essa experiência, o cineasta pretendeu mostrar que, “induzido pela imagem acoplada, o espectador daria um significado diferente à mesma expressão facial, o que seria uma demonstração radical do predomínio da montagem sobre cada imagem singular” (XAVIER, 2005, p. 48).

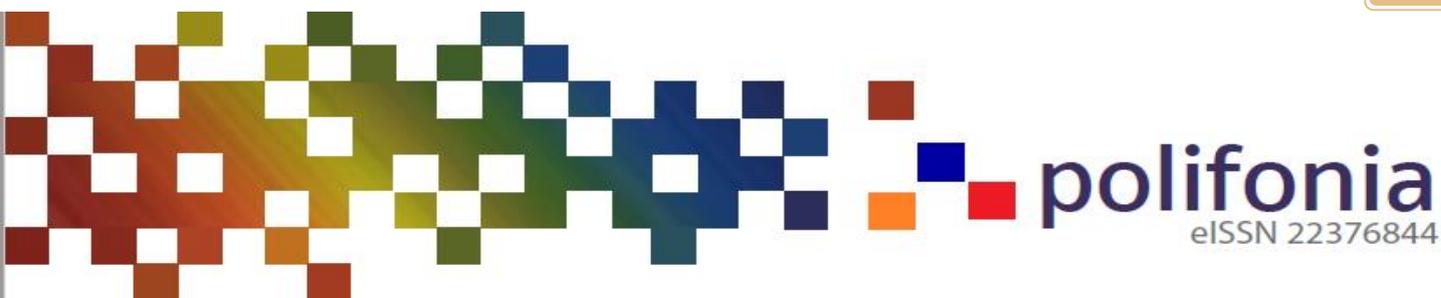
Alfred Hitchcock, reconhecido cineasta dos anos 1940-50, explorou o efeito Kuleshov em muitas de suas produções. Para o diretor de *Os pássaros*, não era preciso haver uma expressão facial neutra do ator, em relação à qual seriam impostas imagens específicas, selecionadas para induzir a interpretação daquele fragmento do filme, mas qualquer outra expressão, por exemplo, de alegria e felicidade, poderia ser influenciada pela montagem. Em sua entrevista a Truffaut, falando do filme *Janela indiscreta*, Hitchcock comenta:

Pegamos um primeiro plano de James Stewart. Ele olha pela janela e vê um cachorrinho que desce, dentro de uma cesta, até o pátio; voltamos à Stewart, ele sorri. O público o vê demonstrar ternura. Agora, em vez do cachorrinho que desce dentro da cesta, mostramos uma moça nua que se requebra diante de sua janela aberta; voltamos ao mesmo primeiro plano de James Stewart sorridente e, agora, ele é um velho safado! (TRUFFAUT, 2004, p. 213).

Embora tenha recebido posteriores críticas<sup>2</sup>, o efeito Kuleshov continua influenciando o cinema quase cem anos depois de identificado. No caso deste trabalho, guardadas as diferenças entre os objetos de estudo, o fenômeno semântico representado

---

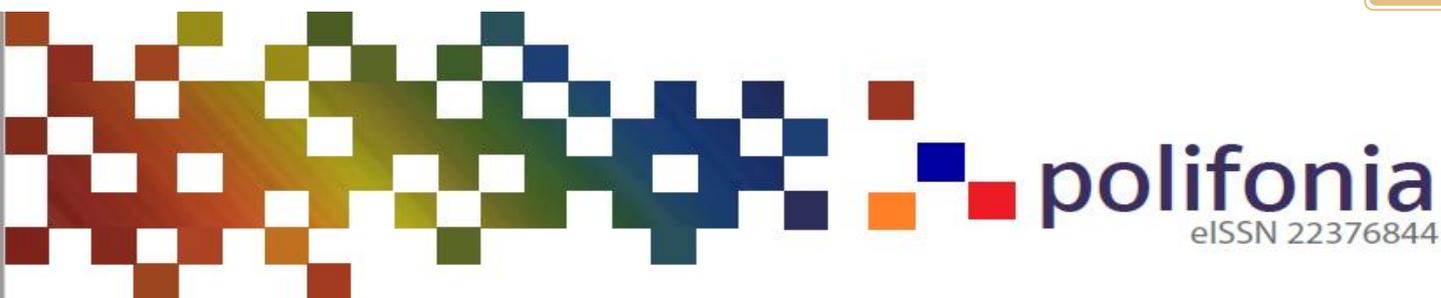
<sup>2</sup> Uma das principais críticas a Kuleshov é o suposto caráter excessivamente técnico (previsível, repetível, pouco “artístico”) de seus trabalhos, segundo a visão de outros cineastas, como Tarkovsky, para quem os filmes deveriam ser experiências singulares, não formatáveis (TARKOVSKI, 2002, p. 135).



pela relação estabelecida entre imagens tornou possível pensar numa provável correspondência com a configuração de textos, também postos em relação, em certos suportes como jornais, revistas, sites, portais de internet etc.

Considerando a primeira página de um jornal, um exemplo de similaridade desse tipo de simbiose semântico-semiótica entre imagens (ou textos verbais) poderia ser a diferença causada pela foto de um hipotético candidato à presidência da república, acompanhada de alguma notícia sobre sua campanha, aparecer ao lado da imagem de um majestoso edifício (na propaganda de um condomínio de luxo, por exemplo) ou aparecer ao lado da foto de um aterro sanitário (ilustrando uma reportagem sobre a grande quantidade lixo produzida nas metrópoles). Dispostas de um modo ou de outro a imagem/reportagem ao lado da foto do candidato poderia prejudicar ou alavancar sua campanha produzindo sentidos em apoio ou em oposição àquele político, a depender da posição política do jornal. Essa ideia despontou como hipótese a ser investigada no quadro das teorias do discurso: a relação entre textos imagéticos e textos verbais pode ser explicada, no seio da AD, como efeito da prática discursiva intersemiótica, a serviço da semântica global de um dado discurso [Maingueneau 2008b], conforme se verá nas análises. O próximo passo, nesse sentido, foi especificar esse funcionamento como regido pelas coerções discursivas, construído por e constitutivo das relações desiguais de poder que fundam o espaço social.

Em meio às radicais diferenças teóricas que colocam o contexto epistemológico implicado nos estudos de Kuleshov longe da AD, um dos principais pontos de distanciamento entre o que este artigo proporá chamar de pericenografia e o efeito descrito pelo cineasta russo, é o fato deste último fenômeno “seguir regras de coerência espacial, baseadas no princípio da continuidade” (XAVIER, 1983, p.21). Isso significa que o efeito Kuleshov é compreendido na perspectiva das convenções narrativas, ou seja, não se trata de elementos (verbais ou não-verbais) simultâneos, como são os casos de pericenografia, mas subsequentes. Na montagem, primeiro aparece um plano, depois outro e mais outro, que não são vistos todos de uma só vez. No caso dos jornais e páginas digitais que são lugares típicos de manifestação da pericenografia, a absoluta

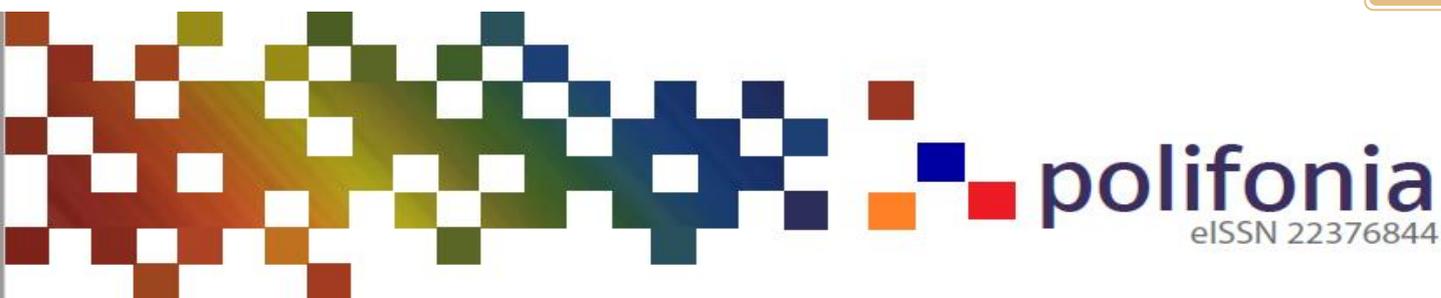


maioria dos textos aparece ao mesmo tempo, demandando, de forma síncrona, a interpretação dos leitores (o que não exclui eventuais ocorrências subsequentes, como se verá nas figuras 1 e 2, adiante). Essa foi, então, uma das razões que levou essa pesquisa a buscar, nas bases teóricas da AD, a noção de cena da enunciação e sua correlata, a cenografia.

## 2. As cenas da enunciação: encenando o próprio dizer

Recorrendo a metáforas teatrais, Maingueneau (2008a) concebe a cena de enunciação de um gênero de discurso em três planos simultâneos: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. Ele deixa claro, não obstante, que essas cenas não podem ser concebidas como um mero enquadramento, uma espécie de moldura decorativa, “como se o discurso sobreviesse no interior de um espaço já construído e independente desse discurso, mas sim como constitutivas dele” (MAINGUENEAU, 2004, p. 95).

A *cena englobante*, dimensão mais ampla, é aquela que corresponde ao tipo de discurso (político, religioso, publicitário, filosófico...) no qual um texto aparece, observada sua conjuntura sócio-histórica. Segundo Maingueneau (2008a, p. 116), “não se pode falar em cena administrativa, publicitária, literária etc., para toda e qualquer sociedade e para toda e qualquer época; as relações entre essas cenas variam de uma conjuntura a outra”. A esse respeito, Possenti (2015, p. 120, tradução nossa) acrescenta que “um engano na identificação da cena englobante invalida toda a leitura e pode levar, por exemplo, a discussões estereis”, apresentando como caso ilustrativo o episódio “boimate” em que a revista *Veja* noticiou como fato científico uma publicação humorística feita pela *New Scientist*, em que células bovinas foram introduzidas em tomates, gerando um híbrido de “tomate + boi”. A revista brasileira, nesse caso, interpretou a publicação sobre o “boimate” na cena englobante científica (como fragmento de discurso científico) e não na cena englobante humorística (como inserida no campo discursivo do humor), verdadeira instância de surgimento daquele texto anedótico (2015, p. 121).

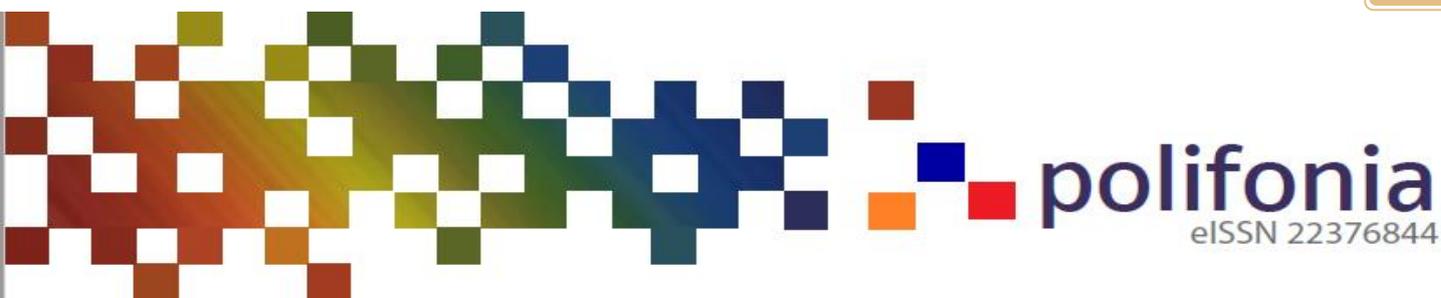


A *cena genérica*, por sua vez, é definida pelos gêneros de discurso. Cada gênero ou subgênero discursivo define o papel de seus participantes: em um panfleto de campanha eleitoral há um “candidato” dirigindo-se a “eleitores”, em uma aula há um “professor” dirigindo-se a “alunos” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 116). Em muitos casos, a interpretação se limita a essas duas cenas, principalmente em campos cujos gêneros são altamente restritivos, como o *paper*, no campo acadêmico, e o decreto, na esfera legislativa. Em campos com regras mais fluidas, como o humorístico, o literário e o publicitário, entre outros, aparece a terceira instância da cena de enunciação.

A *cenografia*, enfim, é a instância com que o leitor se depara, a encenação de uma situação de fala, na maioria das vezes, baseada ou evocando interações languageiras cotidianas. Diferentemente das duas precedentes, não é imposta pelo gênero, mas instituída no próprio discurso. Em outras palavras:

o discurso, apresentando-se por meio de uma cenografia específica, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima. (...) Ela implica, desse modo, um processo de enlaçamento paradoxal, (...) e é, ao mesmo tempo, origem e produto do discurso; ela legitima um enunciado que, retroativamente, deve legitimá-la e estabelecer que essa cenografia de onde a fala se origina é precisamente a cenografia requerida para contar uma história, para denunciar uma injustiça etc. (MAINGUENEAU, 2008a, p. 118).

À guisa de exemplo, no campo da propaganda, um anúncio poderia recorrer à cenografia em que duas amigas conversam durante uma pausa em meio aos aparelhos de ginástica, numa academia. Quando uma delas reclama de dor de cabeça (ou dor muscular), a outra sugere o analgésico que lhe foi útil para esse mesmo problema. Na cena seguinte, elas estão no vestiário e a sorridente amiga retira da bolsa um comprimido e o entrega à companheira meio desanimada pela dor. Embora haja uma mensagem, no fim da propaganda, sobre a importância de se consultar um médico antes de ingerir qualquer medicamento, sabe-se que a incidência de automedicação (ou medicação por recomendação de amigos e parentes) é altíssima no Brasil, onde é comum que amigos troquem indicações e até emprestem remédios entre si. Ainda assim, embora essa prática seja inadequada e até perigosa, a cenografia “conversa



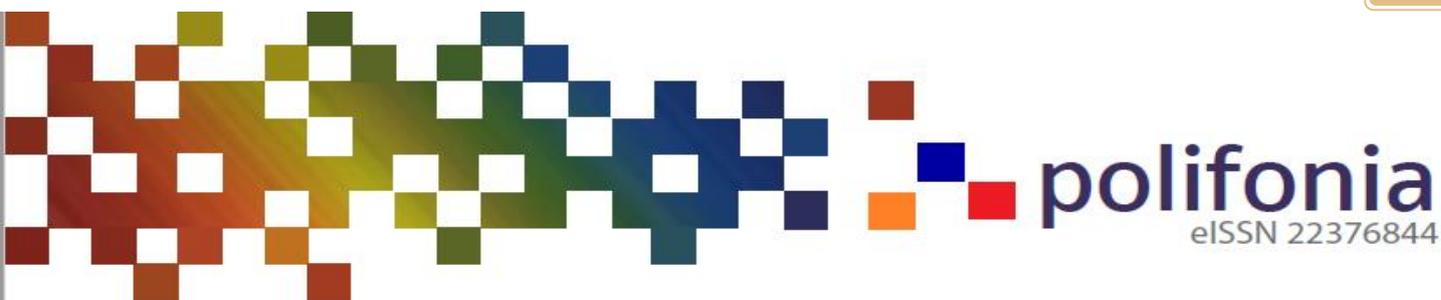
informal entre amigas em uma academia” é a melhor cenografia possível para fazer publicidade de analgésicos: trata-se da recomendação de uma amiga e não de um desconhecido, o que inspira confiança na indicação; quem recomenda já utilizou o medicamento, o que seria indício de que funciona bem; é simpático você ter em sua bolsa comprimidos sobressalentes para, eventualmente, ajudar um amigo em necessidade; além de outros aspectos (como uma posterior cena em que a amiga, agora sem dor, expressa gratidão pela dica e pelo remédio recebidos) que mobilizem a compra do produto, objetivo máximo de um anúncio publicitário.

Em uma pesquisa que mobilize a AD, a tripla cena de enunciação permite, acima de tudo, evitar o erro de “analisar os textos simplesmente como textos e não como discurso, [ou seja], considerando apenas aspectos estruturais, sem levar em conta o campo em que o texto emerge e circula” (POSSENTI, 2015, p. 119).

Para problematizar a cena de enunciação, bem como para ampliar sua zona de alcance, retomando o objetivo deste trabalho, a proposta é observar não apenas um texto, mas a relação entre textos<sup>3</sup> postos a circular conjuntamente em um espaço delimitado como a página de um jornal, a tela de um site, a capa (ou interior) de uma revista, a parede de uma exposição de fotos ou ilustrações, a instalação artística ou histórica de objetos em um museu ou galeria de artes etc. Parece haver razões para acreditar que alguns discursos se valem não só de um texto (como um gênero discursivo materializado em notícia, propaganda, crônica, bem como uma pintura ou objeto de arte, por exemplo), mas da relação quase invisível construída entre textos dispostos em proximidade. Um dos discursos que investem nessa provável relação entre textos é o discurso racista, conforme observado em Oliveira (2018), que a análise em curso pretende desenvolver, estendendo essa interpretação para outros discursos, não necessariamente ligados ao racismo.

---

<sup>3</sup> A relação entre textos que aqui é objeto de análise não diz respeito a fenômenos como intertextualidade ou intericonicidade, tendo em vista que estes aspectos são relativamente explícitos, enquanto a pericenografia, na grande maioria das vezes, é efeito – e, em certa medida, causa – da atopia discursiva, ou seja, ela opera apagando qualquer marca (por exemplo, intertextual) que lhe associaria ao texto com o qual se relaciona.



### 3. A pericenografia discursiva: observando a periferia do(s) texto(s)

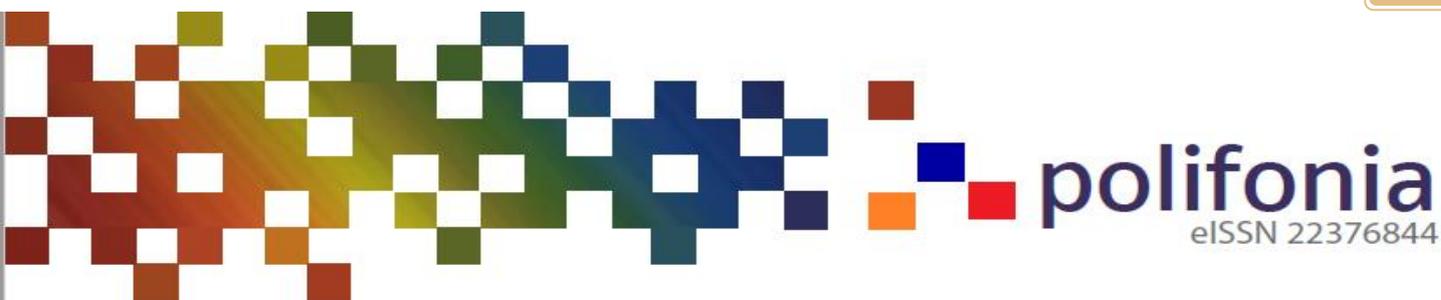
Tratando especificamente dos gêneros discursivos, Maingueneau lhes atribui propriedades que atuam em diversos eixos: a periodicidade ou a singularidade das enunciações, sua duração, sua continuidade e também um suporte:

um texto não é um conteúdo que tomaria emprestado de maneira contingente algum suporte (a oralidade do face a face, as ondas do rádio, o livro em papel, uma tabuleta de argila...), ele é indissociável de seu modo de existência material, tanto que ele próprio condiciona sua forma de transporte e, eventualmente, de arquivamento (MAINGUENEAU, 2015, p. 122).

Interessa, sobretudo, a concepção do autor segundo a qual o texto constrói e gerencia seu próprio contexto, por assim dizer, na medida em que cada gênero deve ser compreendido em relação com seu suporte, sua temporalidade e a singularidade de sua enunciação. Foram traços como esses que também chamaram a atenção para a relação que, de diferentes maneiras, se estabelece entre textos, com maior ou menor interdependência.

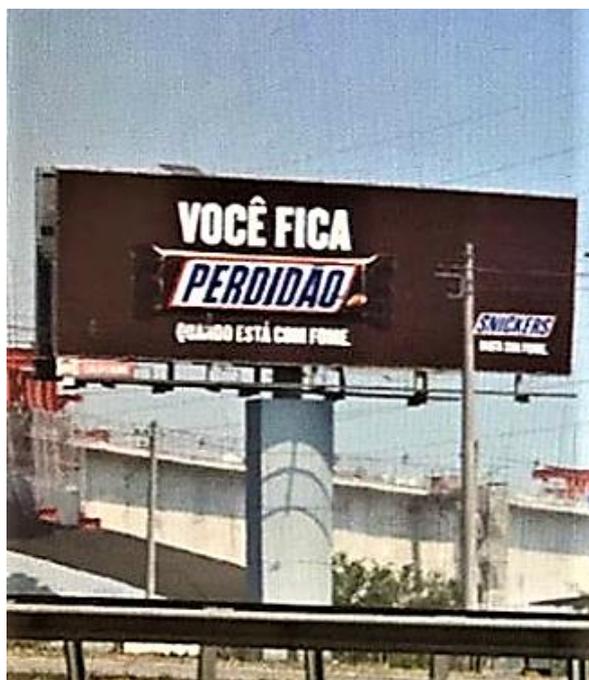
O caso a seguir demonstra um exemplo de interdependência acentuada.



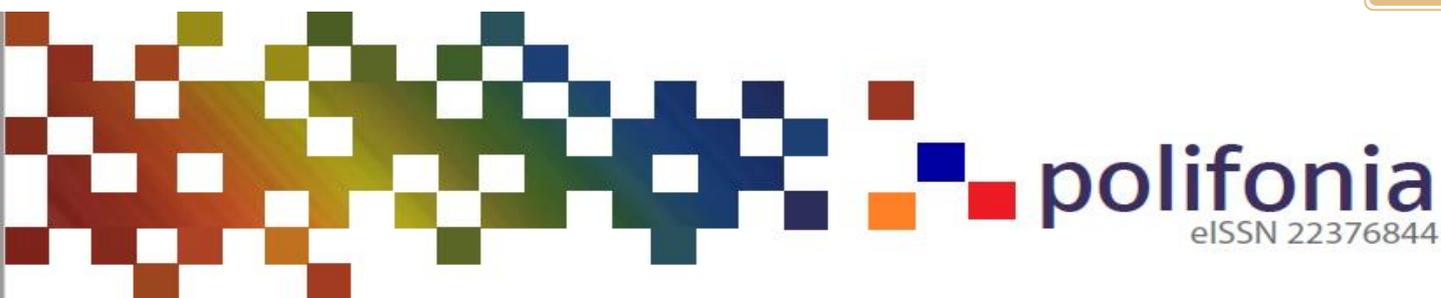


**Figura 1.** *Outdoor* próximo ao aeroporto GRU (foto do autor).

Em meados de 2017, dois *outdoors* foram instalados às margens da rodovia, próximos do aeroporto internacional de Guarulhos - SP, um dos maiores (se não o maior) do Brasil, com um detalhe: eles estavam voltados para quem está deixando o aeroporto, seguindo na direção da cidade de São Paulo. O primeiro *outdoor* (Figura 1) continha a frase “Bem-vindo ao Rio de Janeiro”, destacada em letras brancas maiúsculas sobre um fundo escuro. Não havia nenhuma outra informação. A incógnita se dava justamente pelo fato de a grande maioria dos passageiros naquele sentido do tráfego estar chegando à São Paulo, e não ao Rio de Janeiro, o que poderia produzir sentidos relativos a um estrondoso mal-entendido na instalação daquele *outdoor* (que teria sido destinado à capital carioca, mas acabou sendo exposto por engano em São Paulo) ou a algum tipo de piada.



**Figura 2.** Segundo *outdoor* próximo ao aeroporto GRU (foto do autor).



Algumas centenas de metros depois, um segundo *outdoor* (Figura 2) ajudava a solucionar o suposto mistério, pois continha a frase: “Você fica perdido quando está com fome”, acompanhado da imagem de uma barra de chocolate *Snickers* e do slogan “mata sua fome”.

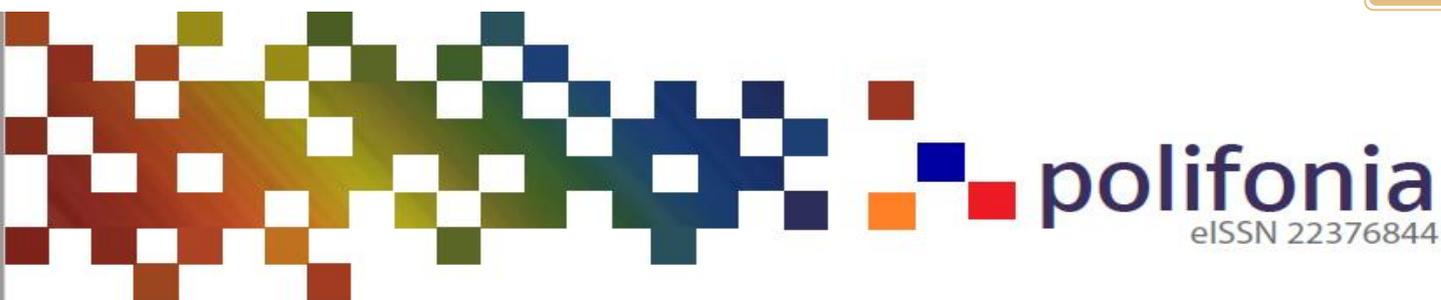
Tratava-se de uma campanha publicitária<sup>4</sup> que talvez possa ter acontecido em outras capitais do país e que tinha como objetivo simular os efeitos (engraçados, mas também graves) que a fome poderia causar nas pessoas, fazendo-as ficar confusas, perder o senso de direção/localização e dar informações erradas.

Quanto ao funcionamento da cena da enunciação, a cena englobante é o discurso publicitário, a cena genérica é propaganda em *outdoor* ou cartaz e a cenografia é a recepção feita por uma pessoa confusa (“perdidona”, para utilizar o léxico sugerido pela marca), que dá as boas-vindas erradas a quem chega na cidade, uma vez que informa erroneamente qual é a cidade. Em acréscimo, pode-se dizer que a cenografia recorre a uma “cena validada”, desdobramento cenográfico também descrito por Maingueneau (2005, p. 91), a propósito da cena da enunciação, baseado em lugares-comuns, clichês ou estereótipos cristalizados na memória de uma comunidade (em várias cidades do Brasil, é comum encontrar uma mensagem de boas-vindas, acompanhada do nome da cidade, geralmente em letreiros de concreto, também às margens da rodovia ou em portais especialmente construídos para esse fim, na entrada dos municípios) e que muito contribui com a eficácia da cenografia.

O que gostaria de destacar, no caso dos *outdoors* examinados, é o fato de não produzirem sentido sozinhos (pelo menos, não os sentidos para os quais foram instalados naquele local), mas apenas em relação um ao outro (e, nesse caso particular,

---

<sup>4</sup> Cartazes semelhantes foram colocados em pontos estratégicos da cidade de São Paulo, com outras ações da mesma campanha. Por exemplo, logo ao lado do MASP (Museu de Arte de São Paulo), em plena avenida paulista, um cartaz dizia “Bem-vindo a Copacabana”, enquanto outro, instalado na principal rua do famoso bairro japonês Liberdade, informava “Bem-vindo ao bairro mais italiano de São Paulo”. Logo abaixo da frase principal, no mesmo cartaz, figurava a marca do chocolate e a mensagem “você fica perdido quando está com fome”. A diferença desses cartazes e dos dois *outdoors* mencionados acima é que os cartazes eram textos únicos, que não dependiam de outro texto para fazer sentido, não havia outro cartaz perto do primeiro, a propósito do qual algum tipo de pista deveria ser dada para compreender o sentido da propaganda.



ao contexto geográfico imediato). A essa cenografia “expandida”, que abarca mais de um texto, englobando também sua “periferia” – assumindo o princípio segundo o qual um texto sempre opera a partir de uma cena de enunciação –, proponho o termo *pericenografia*: funcionamento discursivo que acompanha, de maneira periférica e simultânea, uma dada cenografia, no seio de um gênero específico, produzindo sentidos afetados por essa relação, reforçando ou, eventualmente, contradizendo o discurso “parasitado”.

O caso dos dois anúncios publicitários que se inter-relacionam, todavia, não parece ser a única forma de manifestação dessa “simbiose discursiva”. Poder-se-ia alegar, inclusive, que esses dois *outdoors* são fragmentos de textos incompletos, produzidos em partes para posteriormente serem unidos. Ainda assim, parece inegável o efeito simbiótico de uma instância discursiva que escapa ao texto, gerindo sua enunciação. Esse fenômeno fica mais claro com o exame de textos que operam de modo independente, mas que podem ser postos em relação por um gesto de leitura que identifique o elo entre eles. Considere-se o exemplo a seguir.

FOLHA DE S. PAULO

QUINTA-FEIRA, 20 DE NOVEMBRO DE 2014 ★ ★ ★ ilustrada E3

## Carolina de Jesus viveu do caos ao caos

Escritora mineira conheceu glória literária e morreu esquecida em sítio em Parelheiros, após passagem por Santana

**Jornalista Audálio Dantas a descobriu quando foi ao Canindé fazer uma reportagem sobre a favela**

DE SÃO PAULO

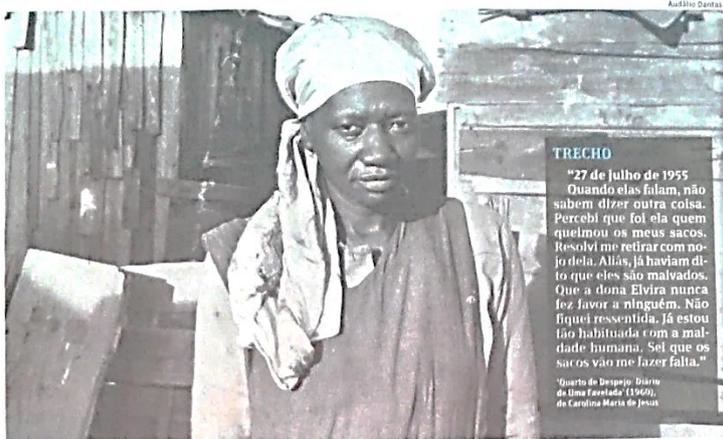
Carolina Maria de Jesus nasceu em 1914, em Sacramento, interior de Minas, numa família de negros analfabetos. Chegou a ser presa, acusada de roubar 100 mil-réis de um padre. No raiar de 1947, aportou na Estação da Luz, em São Paulo, onde iniciava uma caminhada de percalços até se tornar escritora best-seller.

Logo que se instalou na capital paulista conseguiu emprego na casa do médico Euryclides de Jesus Zerbini, precursor da cirurgia do coração no Brasil, que a deixava usufruir de sua biblioteca nos dias de folga. Com apenas dois anos de estudo, adorava ler. Metida e indisciplinada, como a definem os que viveram com ela, pulou de emprego em emprego até engravidar de João José, em 1948. Teria mais dois filhos: em 1949, nasceu José Carlos, e, em 1953, Vera Eunice.

Grávida e sem trabalho, foi viver na nascente favela do Canindé, nos arredores do recém-construído estádio da Portuguesa. Levantou um barraco de um cômodo e sobrevivia catando e vendendo papel.

Em 1958, o destino lhe sorriu, com todos os dentes. Apareceu na favela o jornalista Audálio Dantas, da extinta "Folha da Noite". Estava ali para escrever uma reportagem.

"Olhava uns marmanjos brincando no playground quando apareceu uma mulher esculachando, dizendo que se eles não caíssem fora, ia botá-los no livro", lembra



Carolina Maria de Jesus em meio aos barracos da favela do Canindé, nas cercanias do recém-construído estádio, em 1958

Dantas. "Fui perguntar qual livro. Como era esparta, logo vi uma oportunidade."

Carolina de Jesus arrastou o repórter para o seu barraco, onde lhe mostrou uma pilha de cadernos. Entre eles, um diário no qual anotava acontecimentos do dia a dia na favela, iniciado em 15/7/1955.

"Me chamou a atenção. O texto tinha uma forma de nar-

rar próxima da poesia", conta Dantas. "Voltei para a redação e publicamos trechos."

A edição da "Folha da Noite" de 9 de maio de 1958 repercutiu em vários outros jornais e revistas do país. Dois anos depois, a editora Francisco Alves publicou o diário no livro "Quarto de Despejo".

A primeira edição saiu com 30 mil exemplares. Segundo

a pesquisadora Raffaella Fernandez, da Unicamp, a obra foi reimpressa sete vezes em 1960. No total, vendeu 80 mil exemplares.

"Quarto de Despejo" foi traduzido para 14 línguas em 20 países. "No lançamento em São Paulo, até o Pelé foi", conta Dantas. Carolina de Jesus virou celebridade e se mudou para um sobrado de três andares

no bairro de Santana. Lançou mais três livros: "Casa de Alvenaria", "Pedacos de Fome" e "Provérbios". Postumamente, em 1982, foi lançada na França, "Diário de Bitita", que chegou ao Brasil pela Nova Fronteira, em 1986.

BRIGAS  
"Carolina não conseguiu viver em Santana. Brigou com todos os vizinhos, que a receberam mal", lembra Dantas. "Não era uma pessoa comum. Nunca teve alma de pobre favelada, queria brilhar."

De Santana, a escritora migrou para um sítio em Parelheiros, onde começou a definhar no mundo literário até morrer. "Passada a novidade, Carolina foi rejeitada por todos. Pela direita, por expor a miséria. Pela esquerda, porque não queria saber de luta social", diz Joel Rufino, autor de "Carolina de Jesus - Uma Escritora Improvável" (Garamond).

Desse tempo, a filha Vera Eunice de Jesus Lima guarda as pirosas memórias: "Passamos outro tipo de fome, pois conhecemos a fatura. Tinha 13 anos quando minha mãe voltou a catar lixo".

Nunca parou de escrever, até a morte, em 1977, em decorrência de crise de asma.

"Quando conseguia dinheiro, ela voltava para casa feliz, com o pão, e escrevia noite adentro. Dizia que a noite lhe trazia as ideias", diz a filha. (KARLA MONTEIRO)

## Flink Sampa reúne mais de 60 atrações

DE SÃO PAULO

Neste fim de semana, no Memorial da América Latina, acontece a Flink Sampa 2014, esta da literatura afro e cultura negra. São mais de 60 atrações, entre debates literários com autores nacionais e estrangeiros, oficinas de mo-

la e beleza, exibição de filmes e atividades para crianças. Entre os lançamentos, está o polêmico livro póstumo de Carolina Maria de Jesus, "Diário de Bitita", em que ela fala da infância em Sacramento, Minas Gerais. A primeira edição saiu na França, em 1982, pela Editions Métailié. Em 1986, a Nova Fronteira publicou a obra no Brasil, numa tradução do francês para o português.

"O livro foi modificado. Corrigiram a gramática e a ortografia, características da obra de Carolina", diz Raffaella Fernandez, doutora em Teoria e História Literária, pela Unicamp. "Mudaram até o título. No original é 'Um Brasil para Brasileiros'".

O manuscrito foi levado para a França por duas jornalistas, a brasileira Clélia Piza e a francesa Maryvonne Lapouge, entregue pela autora. "Carolina pediu os cadernos porque queria voltar a ce-

### CONFIRA DESTAQUES DA FLINK SAMPA

#### SÁBADO (22)

14h - Mesa Carolina Maria de Jesus, com Audálio Dantas, Vera Eunice e Elzira Perpetua

16h - Conversa com as misses negras Deise Nunes, Yitayish Ayenew (Israel) e Leila Lopes (Angola) e Paulo Borges

#### DOMINGO (23)

14h - Lançamento do livro "O Leito do Silêncio", da escritora angolana Isabel Ferreira

16h - Palestra com a ativista Graça Machel, viúva de Nelson Mandela, em defesa das mulheres e crianças

#### FLINKSAMPA

QUANDO: sab. (22) e dom. (23), das 9h às 19h

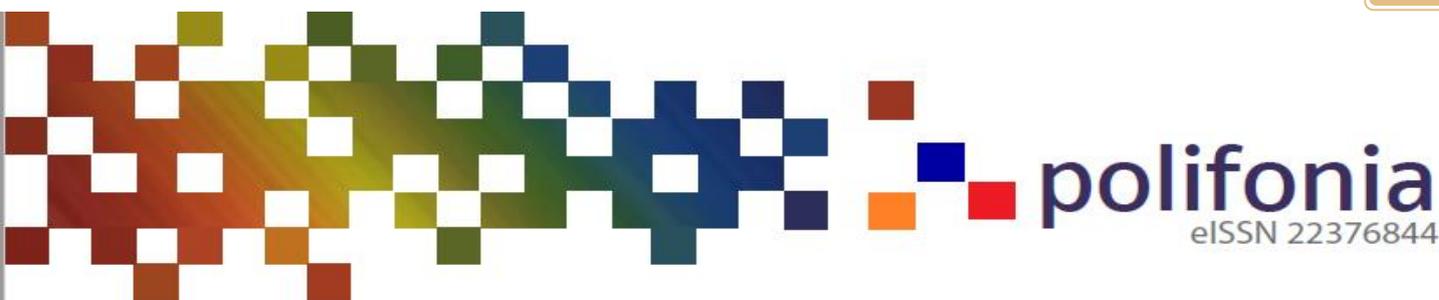
ONDE: Memorial da América Latina, av. Auro Soares de Moura Andrade, 664, Barra Funda, tel. (11) 3823-4600

QUANTO: grátis

CLASSIFICAÇÃO: livre



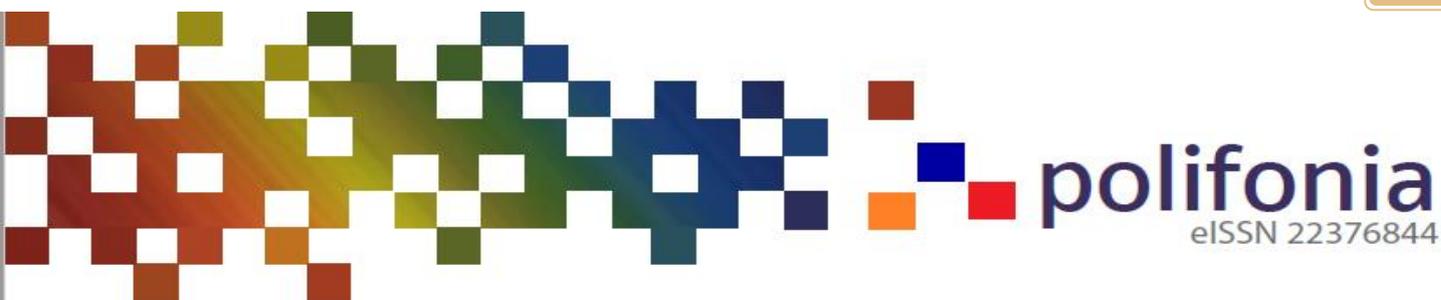
Figura 3. Jornal: Folha de S.Paulo, p. E3, 20/11/2014 (foto do autor).



Essa página faz parte da edição da *Folha de S.Paulo* publicada no Dia da Consciência Negra (20 de novembro). O texto principal trata da carreira literária de uma das mais famosas escritoras brasileiras e é encimado pelo título “Carolina de Jesus viveu do caos ao caos”. Abaixo desse texto, há, à esquerda, uma notícia sobre a Flink 2014 (Feira de Literatura Afro e Cultura Negra), à direita, um anúncio da marca *Trousseau* (cama, mesa e banho) e, na parte inferior, entre estes dois últimos textos, uma propaganda da peça *Lima Barreto ao terceiro dia*.

É singular, na configuração dos textos na página, o destaque dado para o *slogan think white* (“pense branco”), em meio aos textos que se referem à temática negra. Sabe-se que a disposição de elementos (textuais, semióticos) organizados em uma página de jornal, em um portal eletrônico de notícias, na capa de uma revista etc., não é jamais aleatória ou motivada por mera questão de espaço, mas segue critérios prévios baseados em processos de hierarquização advindos do chamado *design funcionalista*, que segundo Lupton (2006, p. 63), tem a função de “ajudar os leitores a não precisar ler”. Na perspectiva da AD, entretanto, essa configuração é efeito de coerções que operam a partir dos discursos (a partir de formações discursivas e ideológicas, para ser mais específico) e nunca uma decisão totalmente controlada e consciente de *designers* – eles mesmos inconscientemente assujeitados a posicionamentos discursivos.

Para descrever esse processo, pode-se começar considerando os aspectos formais. No *slogan* da *Trousseau*, todas as palavras são grafadas em letras maiúsculas e perfazem uma gradação que parte de *THINK LIGHT* (PENSE LEVE), passa por *THINK LOVE* (PENSE AMOR) e culmina em *THINK WHITE* (PENSE BRANCO). Nesta última formulação, o tamanho da fonte é ainda maior que nas palavras anteriores, dando relevo aos dizeres relacionados ao chamado “pensamento branco” em suas concepções possíveis: palavras como *light* e *love* fornecem um direcionamento para o sentido de *white*, que não se restringe, nesse texto, meramente à cor branca, mas a todo um modo de ser no mundo, caracterizado por “leveza” e por “amor”, construindo uma valoração



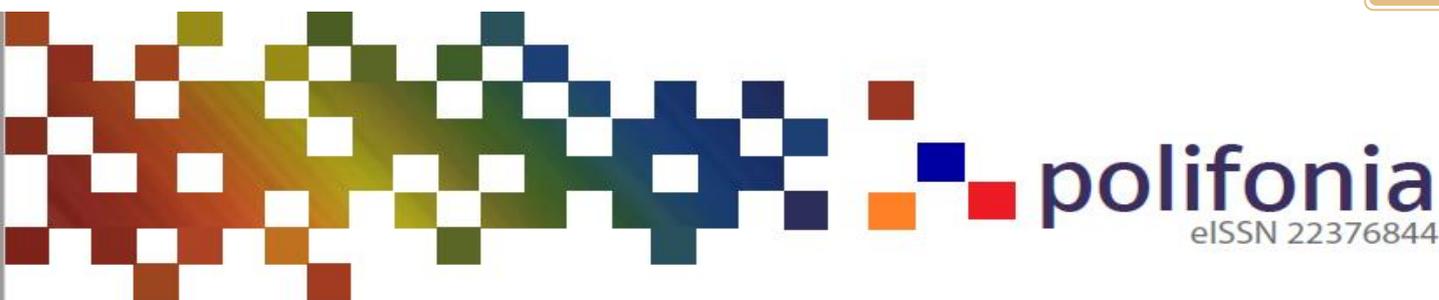
positiva constitutiva da marca e extensível aos diversos leitores e potenciais consumidores.

Pensando em termos de prováveis relações de sentido entre os textos, a que se estabelece entre a propaganda e a reportagem sobre Carolina de Jesus é pautada pelo contraste de conotações positivas e negativas, construídas na oposição entre a “sofisticação” da marca de roupas (cuja identidade é “branca”) e o “caos” utilizado para caracterizar a vida da escritora (que é negra).

Servem de base para essa interpretação, os elementos não-verbais, também organizados em torno de um polo positivo e outro negativo. No texto principal, no topo da página, há uma foto de Carolina de Jesus na favela, em frente a precários barracos de madeira. Suas roupas aparentam pobreza, os tecidos têm aspecto puído e amarrotado, o lenço na cabeça parece manchado de sujeira. Ao longo da reportagem, lê-se que ela conseguiu alcançar conforto financeiro com a publicação de sua obra, chegando a morar em um sobrado de três andares no bairro de Santana, em São Paulo. Todavia, a linha editorial do jornal foi levada a retratá-la como favelada, em um momento de privação econômica.

Por outro lado, distante dessa composição disfórica, o anúncio da *Trousseau* se vale de um visual *clean*, sem nenhum elemento identificável senão as pétalas entreabertas de uma magnólia. De acordo com o dicionário de símbolos Chevalier & Gheerbrant (2012), a magnólia branca simboliza nobreza e elegância, sendo bastante encontrada em pinturas e tapeçarias de palácios imperiais, na aristocracia oriental e europeia. Dessa forma, a propaganda constrói sua enunciação associando a cor branca a conceitos ligados a ideais de beleza, limpeza, nobreza e sofisticação.

O contraste entre riqueza e pobreza, limpeza e sujeira, se enquadra em polos semânticos opostos, característicos do funcionamento da “semântica global” (constitutiva da identidade dos discursos, de acordo com Maingueneau, 2008b), que permite identificar discursos em franca oposição. Ainda que não se identifique, de maneira explícita, racismo – e que pareça exagero atribuir esse lugar à propaganda em questão – ele está presente pela própria natureza dos dois discursos que funcionam a



partir dos textos analisados. O discurso antirracista se encontra silenciado, praticamente inerte, exceto à presença de temas relativos à cultura negra (uma breve biografia e informações sobre uma feira e uma peça de teatro, apresentados pela ótica do discurso dominante), enquanto o discurso racista apresenta o negro (sua cultura, suas personalidades) em um registro negativo e o branco (ainda que se trate apenas de uma marca de roupas) em um registro positivo.

Como todo discurso, o discurso racista e o antirracista se constituem mutuamente na relação interdiscursiva com seu Outro e essa relação deixa marcas na enunciação. Às vezes, essas marcas são explícitas, como no caso dos simulacros<sup>5</sup>, outras vezes, existem apenas como potencialidade e, em outras ainda, são dissimuladas pela atopia<sup>6</sup> de certos discursos. Este último caso parece ser a melhor explicação para o surgimento de um fragmento de discurso racista, materializado na propaganda, justamente em meio a referências de temática negra, materializadas no texto sobre Carolina de Jesus (com o qual configura, de modo mais acentuado, o sistema de oposições), na notícia sobre a Flink e no anúncio da peça sobre Lima Barreto. A relação estabelecida entre esses textos, que funcionam independentemente um do outro, torna possível explicitar o discurso racista dissimulado na pericenografia. A análise da configuração mais heterogênea na figura 3 permite afirmar que a pericenografia pode se associar a apenas um texto ou a vários ao mesmo tempo, de maneira assemelhada à relação anatômica que algumas membranas do corpo humano têm com os órgãos que elas protegem. O pericárdio (termo que também se vale do prefixo “peri”) envolve apenas um órgão, o coração, enquanto o peritônio envolve vários órgãos, aqueles do sistema digestivo.

Concernente à dissimulação do discurso racista, outros casos como o ilustrado na figura 3 podem ser encontrados em Oliveira (2018), já mencionado. No intuito de

---

<sup>5</sup> Imagens distorcidas, geralmente rebaixadas, que um discurso produz a respeito de seu antagonista e nas quais este antagonista jamais se reconhece. A produção de simulacros é um dos efeitos do sistema regrado de oposições que constitui a semântica global de um discurso (MAINGUENEAU, 2008b).

<sup>6</sup> Existência discursiva dissimulada, caracterizada por Maingueneau (2015) como ocupando um “não-lugar” (*a-topos*), no qual se encontram discursos como o racista, o pedófilo, o dos rituais satânicos etc., que correspondem a práticas conhecidas, porém inaceitáveis, na sociedade tal como se configura atualmente.

explorar a pericenografia concernente a temas ligados ao discurso político, será considerado um último exemplo, baseado na análise do caso a seguir.

## O ESTADO DE S. PAULO

Sexta-feira, 21 DE SETEMBRO DE 2018 R\$ 6,00 ANO 130 Nº 4620

FUNDO DO  
1852  
ELIAS REQUENA  
(1848-1947)  
EDIÇÃO DE 2018

estado.com.br

### Sem Bolsonaro, Haddad vira alvo em seu 1º debate

Candidato petista é confrontado por adversários sobre corrupção e crise no governo Dilma Rousseff

O candidato do PT à Presidência, Fernando Haddad, foi o alvo principal dos adversários durante debate realizado ontem pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) e transmitido pela TV Aparecida, na cidade de Aparecida (SP). Com a ausência de Jair Bolsonaro (PSL), o petista, estreitamente

entroncado entre os presidenciais, foi questionado sobre denúncias de corrupção em diversos governos do PT e crise econômica originada no governo da presidente cassada Dilma Rousseff. Haddad, segundo as mais recentes pesquisas, está em segundo lugar nas intenções de voto, atrás de Bolsonaro,

imernado após ter sofrido ataque a faca. Em resposta a um questionamento do petista, Alvaro Dias afirmou que o PT "divertiu-se" "pobrecer para todos e a riqueza para alguns". "Haddad vem pra campanha como porta-voz da tragédia, do caos", afirmou o candidato do Podemos. **POLIFONIA/PÁG. A4**

● **Ataques no horário eleitoral**  
Gervilto Alencar (PSDB) vinculou severidade polarização entre Bolsonaro e o PT, de Fernando Haddad, ao risco de o Brasil se tornar uma Venezuela. Para ele, proposta de recrutar modelo de CPMP representa um " tiro no pobre". **PÁG. A4**

### Em carta, FHC fala em deter 'marcha da insensatez'

Em carta a "votadores e eleitorais", o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso afirma que a situação do País é "dramática" e, para deter a "marcha da insensatez", propõe que os candidatos de centro se unam para "ignorar quais melhores condições de meio eleitoral tiver". "Não é o partidário, nem o personalista, que deve ser o modelo de desenvolvimento", afirmou. **POLIFONIA/PÁG. A4**

### Arma de guerra no morro do Rio

Capaz de furar a blindagem de carros-fortes e aeronaves, uma metralhadora antiáerea Browning .50, fabricada nos EUA, foi apreendida com traficantes de drogas da Rocinha, que tentavam vendê-la por R\$ 200 mil. A arma, de 1,88 metro e 38 quilos, é a maior já apreendida pela polícia no Rio. **METRÓPOLE/PÁG. A10**



### Eliane Cantanhêde

Enquanto Fernando Haddad reforça que é para mandato de Lula, Jair Bolsonaro põe nos seus devidos lugares o vice e Paulo Guedes. **PÁG. A8**

### Fernando Gabeira

Polarização entre Lula e Bolsonaro mostra a força da comunicação oral. Eles transmitem a mensagem que outros não conseguem. **PÁG. A8**

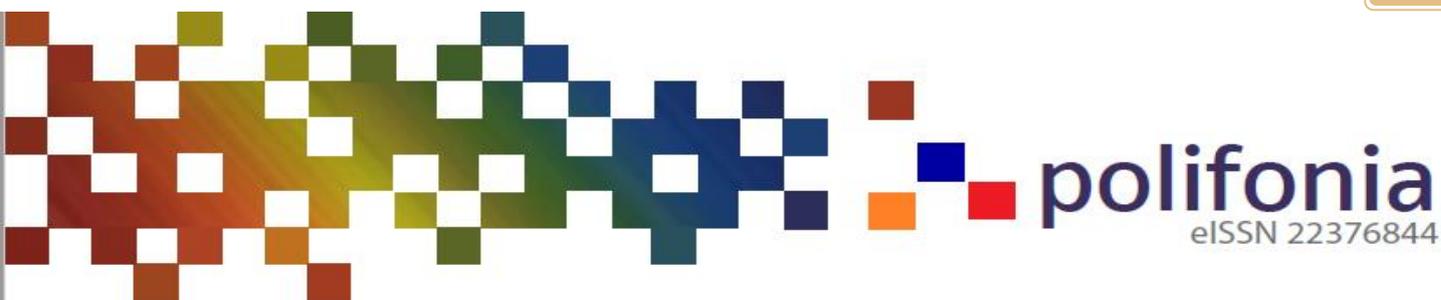
### Polarização faz crescer uso de perfis robôs nas eleições

Os candidatos Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) têm o maior número de interações no Twitter e a maior porcentagem de perfis automatizados – os robôs – que fazem referência a eles: 49% e 38%, respectivamente, mostra estudo da FGV-Dapp. A presença de robôs nas redes, proibida por lei, chegou a 12,6% das interações. **PÁG. A10**

Figura 4. Jornal o Estado de S. Paulo, primeira página, 21/09/2018 (foto do autor).

Nesta ocorrência<sup>7</sup>, na primeira página do jornal *O Estado de S. Paulo*, destacam-se a manchete “Sem Bolsonaro, Haddad vira alvo em seu primeiro debate”, que noticia um dos debates antes das eleições presidenciais de 2018, e a imagem de uma potente metralhadora, em posição central na página, acompanhando a notícia “Arma de guerra no morro do Rio”.

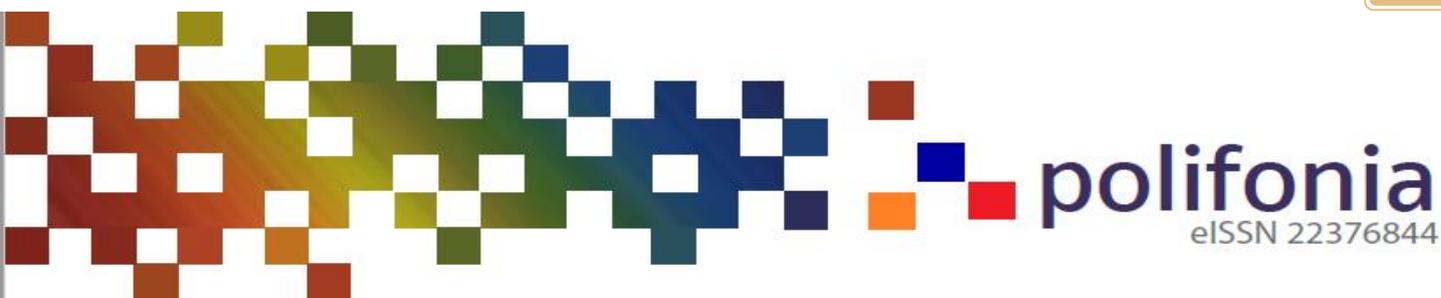
<sup>7</sup> Agradeço à profa. Ana Raquel Motta de Souza pela indicação de análise dessa página do *Estadão*.



A manchete sobre o debate assinala, segundo a linha editorial do jornal, a posição desfavorável do candidato Fernando Haddad, causada pela ausência de Jair Bolsonaro, seu principal concorrente na época. Dentre as várias facetas da notícia, o jornal acentua informações relativas a “corrupção e crise no governo Dilma Rousseff”, conforme o subtítulo logo abaixo da manchete, inserindo-se em uma perspectiva contrária a Haddad, que é descrito como “confrontado por adversários sobre x” em vez de, por exemplo, ter sido simplesmente “questionado sobre x”. Somadas a essa conotação beligerante de “confronto” e “alvo”, o nome de Haddad é associado a menções de corrupção e de crise no governo Dilma, colega do mesmo partido, numa associação direta entre “alvo”, “corrupção” e “crise” em apenas duas frases. Sem se aprofundar nessa questão, é digna de nota a análise do sociólogo Jessé Souza (2017), para quem tanto a crise administrativa quanto as denúncias de corrupção atribuídas à Dilma têm sido apontadas como engodos construídos pela elite e suas mídias. De acordo com o estudioso do contexto político brasileiro contemporâneo, a primeira presidenta do Brasil, inocentada de qualquer crime de responsabilidade, não foi responsável pela crise que se abateu sobre o país em 2015 e 2016, mas sim vítima de ingovernabilidade posta em cena por Aécio Neves e outros personagens ligados, principalmente, ao PSDB, bem como não é de Dilma, nem mesmo de qualquer outro político, a corrupção que corrói a nação (SOUZA, 2017). Contrariando evidências históricas, sociológicas e até jurídicas (a comprovada inocência de Dilma no falso processo de impeachment e a falta de provas que justifiquem a prisão de Lula, para citar dois casos emblemáticos), o jornal, ao publicar essa primeira página analisada, alimenta o discurso que culpabiliza o PT, atacando seus representantes e reforçando a narrativa de má gestão petista.

Nesse ponto, interessa, para o objetivo deste artigo, a relação entre a imagem da metralhadora, na notícia sobre sua apreensão em uma favela do Rio, e a notícia sobre o debate político de Haddad.

Dentre os vários ângulos pelos quais a arma poderia ser fotografada, o que se publicou foi um em que o cano está em primeiro plano, como se apontasse para um alvo, com a munição bem visível em segundo plano, à direita na foto. A imagem meio

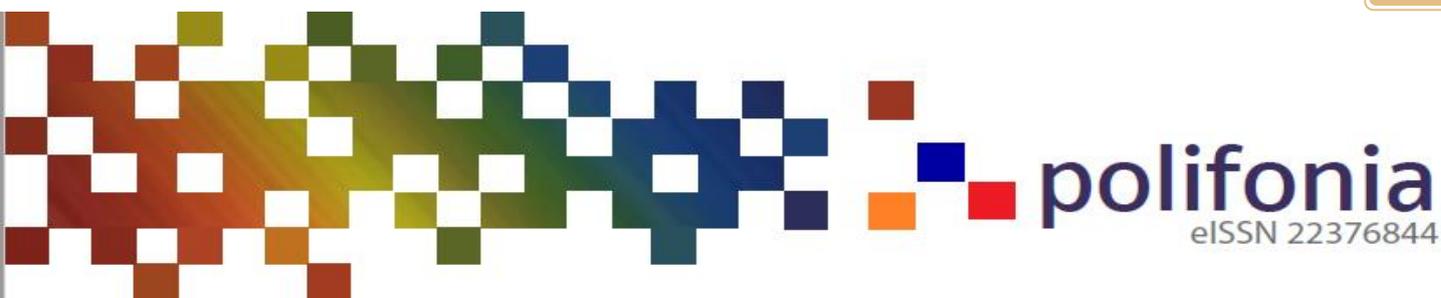


desfocada de um homem, no plano de fundo da fotografia, embora não esteja tocando na arma, ocupa o lugar que caberia ao atirador, compondo, assim, um visual ameaçador, como se a metralhadora estivesse pronta para matar. A notícia sobre sua apreensão, em letras bem menores, informa que esse armamento é o maior já apreendido no país e que sua potência é capaz de derrubar helicópteros e outras aeronaves.

O papel das imagens é muito relevante na circulação dos discursos e no processo de produção de sentidos, conforme já abordado na propaganda *think white* da *Trousseau*. A esse respeito, Maingueneau (2008b) ressalta a importância de não se considerar o discurso somente como um conjunto de textos, mas como uma prática discursiva, através da qual o sistema de restrições semânticas torna os textos comensuráveis com a “rede institucional” de um “grupo”, que a enunciação ao mesmo tempo supõe e torna possível. Em conformidade com isso, a prática discursiva também pode ser considerada, de maneira mais abrangente, como uma prática intersemiótica que integra produções pertencentes a outros domínios semióticos (pictórico, musical etc.); dessa forma, “o mesmo sistema de restrições que funda a existência do discurso pode ser igualmente pertinente para esses outros domínios” (2008b, p. 23). A prática intersemiótica deve ser considerada, em consequência, como a manifestação de uma mesma semântica em outros planos que não o estritamente linguístico-textual. Souza-e-Silva (2012), ao explorar esses conceitos, esclarece que

o modelo de coerções proposto por Maingueneau configura-se, assim, como um dispositivo que restringe as interpretações de um enunciado segundo seu pertencimento a determinados posicionamentos discursivos. Não se trata aqui de analisar um ou mais textos apenas “textualmente”, ou seja, em termos de mecanismos de coesão, referenciação etc., mas de interpretá-los discursivamente como manifestações específicas historicamente autorizadas (SOUZA-E-SILVA, 2012, p. 193).

No caso dos textos em destaque na Figura 4, a pericenografia opera pondo em relação a foto da metralhadora e a manchete sobre Haddad. Consequentemente, ocupando um significativo espaço na posição central da página, a imagem se impõe sobre a notícia que ilustra e, além disso, coaduna-se com a manchete sobre Haddad ser



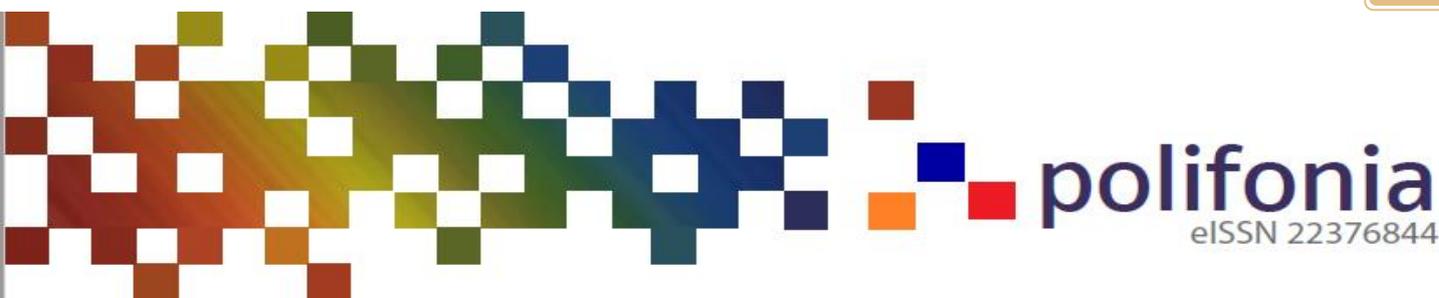
um “alvo”: o leitor tem à sua disposição, então, uma arma extremamente mortífera, munida e apontada para um alvo que, segundo o jornal, está associado à corrupção e à crise política. Se a chamada grande mídia, servindo aos interesses da elite, não pode apontar uma arma literal para o candidato que não tem seu apoio, a pericenografia se incumbem de fazê-lo.

### **Conclusão: começando a caminhar**

Os poucos exemplos apresentados pretendem ser suficientes para defender a tese de que alguns textos funcionam de maneira simbiótica, denominada pericenografia, cuja operação deve ser levada em conta no processo de interpretação desses textos. Para ilustrar o conceito proposto, foram examinados alguns casos na seara do discurso publicitário (figuras 1 e 2), outros a serviço do discurso racista (figura 3) e outros operando em relação ao discurso político e, de certa forma, ao discurso intolerante, por colocar um candidato na posição de alguém que deve ser executado (figura 4). Nos últimos casos, embora os gêneros sejam variados (propaganda, notícia, resenha, manchete, fotografia), atravessados por diversos discursos, assinalou-se, em cada exemplo, o discurso que rege o funcionamento da pericenografia.

No caso dos textos nos dois *outdoors* (*Snickers*), a pericenografia é, digamos, mais explícita, talvez uma imposição do discurso publicitário, que precisa “garantir” a produção de sentidos numa dada direção, em prol da valorização e da venda de seu produto, além do fato de a publicidade ser tópica, legitimada no espaço social.

Diferentemente, no caso dos discursos intolerantes e racistas, essa operação é velada, praticamente invisível, o que permite afirmar que a pericenografia é uma das formas de operação, talvez a mais prototípica, da atopia discursiva. Tendo em vista que a atopia se caracteriza por existir a partir de uma assim concebida não-presença, seu funcionamento ideal seria aquele que produz sentidos por meio de relações “invisíveis”, como as que se estabelecem entre os textos analisados na figura 3 e na 4. À guisa de comparação, essa existência pretensamente indetectável é comum na zoologia, entre



seres que vivem camuflados em seu *habitat* para que possam se esconder de predadores, assim como para caçarem suas vítimas, pois estarem disfarçados ou invisíveis é uma propriedade essencial para sobreviverem. De maneira semelhante, é possível pensar em textos racistas e intolerantes, cujo funcionamento dependeria justamente de estarem disfarçados de textos “normais” (não racistas) para que, assim, possam “agir” (produzir sentidos) impunemente. Nesse sentido, o que importa, para que esse fenômeno passe quase despercebido, é que seu funcionamento seja sincronizado, simultâneo ao funcionamento do gênero que se apresenta como principal, às vezes simulando sua genericidade (no caso de textos do mesmo gênero), às vezes apenas co-ocorrendo (em casos de textos de gêneros diferentes).

A eficácia da pericenografia depende de sua imperceptibilidade, o que se dá ao funcionar de modo coordenado, simbiótico, aos gêneros nos quais se manifesta. Trata-se, enfim, de uma espécie de simultaneidade discursiva, plena de aspectos ainda a serem descritos, explorados, aplicados, de um caminho a ser trilhado.

## Referências

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EDUFSCar, [1981] 2009.

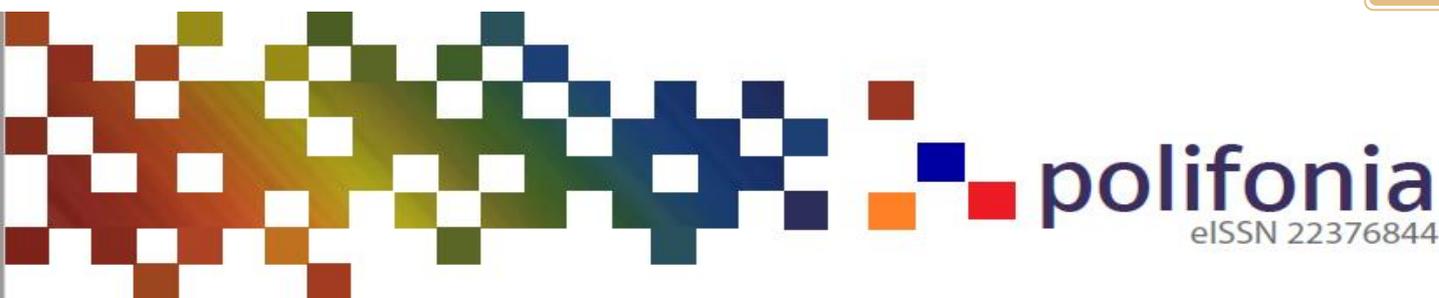
HANKS, William. O que é contexto. In: HANKS, W. F. *Língua como prática social: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin*. São Paulo: Cortez, 2008.

KULESHOV, Lev. *Kuleshov on film*. Berkeley: University of California Press, 1974.

MAINGUENEAU, Dominique. Cena da enunciação (verbete). In: CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. Cenografia epistolar e debate público. In: *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola, 2008a.



MAINGUENEAU, Dominique. *Gêneses do discurso*. São Paulo: Parábola, 2008b.

MAINGUENEAU, Dominique. *Discurso e análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

OLIVEIRA, Helio. *O racismo que (não) se vê: a fórmula “consciência negra” e a atopia do discurso racista brasileiro*. Tese (doutorado), Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, 2018.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In. GADET E HAK (orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas, Ed. Unicamp, [1969] 1990.

PÊCHEUX, M. & FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In. GADET E HAK (orgs.) *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas, Ed. Unicamp, [1975] 1990.

POSSENTI, Sírio. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (orgs.). *Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos*, v. 3. São Paulo: Cortez, 2004, p. 353-292.

POSSENTI, Sírio. Notes sur l'importance du concept de scène d'énonciation. In: ANGERMULLER J., PHILIPPE, G. (org). *Analyse du discours et dispositifs d'énonciation – Autour des travaux de Dominique Maingueneau*. Limoges: Lambert-Lucas, 2015, p. 117-124.

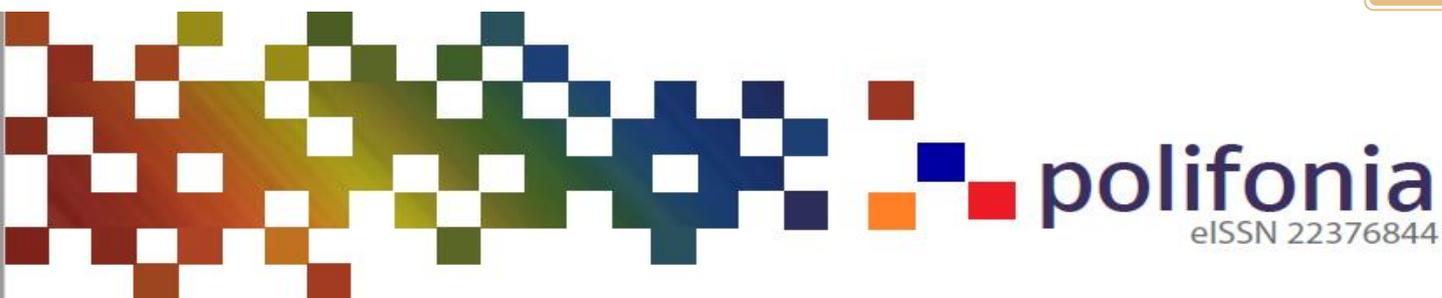
RIBEIRO, Ana Elisa. O *layout* e a leitura: Implicações da diagramação na compreensão leitora. In: *Anais do XVIII Encontro da Compôs*, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1162.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1162.pdf)>. Acesso em 13 de abril de 2019.

SOUZA, Jessé. *A elite do atraso: da escravidão à lava jato*. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília. Texto / discurso: qual a relação com a leitura? In: BRAIT e SOUZA-E-SILVA (org) *Texto ou discurso?* São Paulo: Contexto, 2012, p. 183-196.

TARKOVSKI, Andrei. *Esculpir o tempo*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

TRUFFAUT, François. *Hitchcock/Truffaut: Entrevistas*. São Paulo: Cia das Letras, 2004.



VAN DIJK, Teun. *Discurso e contexto: Uma abordagem sociocognitiva*. São Paulo: Contexto, 2012.

XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico*. São Paulo: Paz e Terra, 3ª edição, 2005.