



“Deficiente, não! D-eficiente”: uma análise discursiva dos dizeres de um surdo oralizado em seu perfil no Instagram

“Disabled, no! D-abled”: a discursive analysis of the statements of a deaf person who uses oral language on his Instagram profile

Anesio Marreiros QUEIROZ*

Helson Flávio da SILVA SOBRINHO**

RESUMO: Este artigo, filiado à Análise do Discurso de perspectiva materialista, apresenta um estudo sobre os dizeres de um surdo oralizado em seu perfil na rede social Instagram. Fundamenta-se na compreensão do objeto discurso enquanto efeito de sentidos entre os sujeitos em determinadas condições históricas de reprodução/transformação. Buscamos com este trabalho compreender os sentidos dos enunciados postos em circulação no/pelo digital por um dos principais *influencers* surdos oralizados e não usuários de Libras (Língua Brasileira de Sinais), Alex Júnior, tomando como corpus de análise os *stories* intitulados “Meu livro”, disponíveis no perfil, em que ele trata, como sugere o título do destaque, tanto do processo de construção do seu livro quanto da sua forma de entrada nas redes sociais, sua atuação como influenciador digital, palestrante e, também, o modo como atribui sentidos a si e à sua surdez. Para desenvolver a pesquisa, realizamos um recorte discursivo levando em consideração a referida rede social e seus mecanismos de funcionamento; a forma como o perfil do sujeito surdo oralizado se apresenta na rede social; e, sobretudo, como este produz e faz circular determinados sentidos através de suas publicações. Em nossa análise, encontramos um discurso equívoco (Orlandi, 2017) que na busca em se afastar de já-ditos preconceituosos sobre o sujeito com deficiência, acaba, pelo tensionamento da formulação discursiva, por reproduzir sentidos sustentados pela ideologia capitalista e neoliberal (ao estabelecer uma relação entre deficiência e eficiência dos sujeitos) num mundo produtivista e empresarial. É por esse modo de significação, ademais, que Alex Júnior, em seu perfil, não se denomina “deficiente”, mas “D-eficiente”. Por essa denominação, o *influencer* parece tentar se desvencilhar de pré-construídos que, no/pelo modo de produção capitalista, significam aqueles que fogem ao tido como “semanticamente normal”. Assim, tais discursos têm sua gênese numa sociedade excludente que prioriza o lucro e não o ser humano como valor.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso. Pessoa com deficiência. Instagram. Sociedade capitalista.

* Doutorando (bolsista CAPES) do Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura (PPGLL) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Maceió, AL – Brasil. beckmarreiros@gmail.com

** Doutor em Letras e Linguística pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Professor na Faculdade de Letras da UFAL, Maceió, AL – Brasil. helson.sobrinho@fale.ufal.br

ABSTRACT: This article, affiliated with Discourse Analysis from a materialist perspective, presents a study on the words of an oralized deaf person on his profile on the social network Instagram. It is based on the understanding of the object of discourse as an effect of meanings between subjects in certain historical conditions of reproduction/transformation. With this work, we seek to understand the meanings of the statements put into circulation in/through digital media by one of the oralized deaf influencers who do not use Libras (Brazilian Sign Language), Alex Júnior, taking as a corpus of analysis the published stories “Meu livro”, available on the profile, in which he deals, as the title of the highlight suggests, both with the process of constructing his book and his way of entering social networks, his performance as a digital influencer, speaker and, also, the way in which he attributes meanings to himself and his deafness. To develop the research, we carried out a discursive analysis taking into account the aforementioned social network and its operating mechanisms; the way in which the profile of the oralized deaf subject is presented on the social network; and, above all, how this person produces and circulates certain meanings through their publications. In our analysis, we found an equivocal discourse (Orlandi, 2017) that, in its attempt to distance itself from prejudiced statements about subjects with disabilities, ends up, through the tensioning of the discursive formulation, reproducing meanings supported by capitalist and neoliberal ideology (by establishing a relationship between disability and the efficiency of subjects) in a productivist and business world. It is through this mode of signification, moreover, that Alex Júnior, in his profile, does not call himself “disabled”, but “D-abled”. With this denomination, the influencer seems to try to free himself from pre-constructed concepts that, in/through the capitalist mode of production, signify those who escape what is considered “semantically normal”. Thus, such discourses have their genesis in an exclusionary society that prioritizes profit and not the human being as a value.

KEYWORDS: Discourse Analysis. Person with disabilities. Instagram. Capitalist society.

Artigo recebido em: 20.08.2024

Artigo aprovado em: 04.03.2025

1 Introdução: evidências de sentidos e de sujeitos

– a evidência diz: as palavras têm um sentido porque têm um sentido, e os sujeitos são sujeitos porque são sujeitos: mas, sob essa evidência, há o absurdo de um círculo pelo qual a gente parece subir aos ares se puxando pelos próprios cabelos (Pêcheux, 2014, p. 32).

Analisar o funcionamento do discurso sobre a “deficiência/eficiência”, tomando-o como objeto de reflexão em seu caráter linguístico e histórico, teórico e político, exige levarmos em consideração os sujeitos e seus dizeres em determinadas condições de produção. Isso porque há determinações históricas que movem,

contraditoriamente, os sujeitos e os sentidos em suas práticas sociais, em suas condições de existência, em cuja problemática, como sabemos, se imbricam questões sobre a língua, a história, o sujeito, a ideologia e o inconsciente.

No caso em estudo, vamos tratar, especificamente, do discurso do/sobre o sujeito surdo oralizado a partir de dizeres postados num perfil no Instagram. Consideramos que, por meio dessa análise, poderemos encontrar pistas dos embates discursivo-ideológicos dominantes que produzem sentidos sobre o modo como as pessoas “com deficiência” e “sem deficiência” são significadas ideologicamente na formação social capitalista.

Dados mais recentes fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2022) apontam que 18,6 milhões de pessoas (8,9%), acima de dois anos, possuem algum tipo de deficiência no Brasil. Ainda de acordo com este órgão (PNS/IBGE, 2019), 1,1% da população do país com dois anos ou mais de idade, aproximadamente 2,3 milhões de pessoas, possui “grande dificuldade ou não consegue ouvir de modo algum”.

Pela primeira vez, em 2019, a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS/IBGE) investigou o número de surdos usuários da Língua Brasileira de Sinais, a Libras. Os números obtidos apontam que dos 2,3 milhões de pessoas surdas, apenas 22,4% (aproximadamente 516 mil) são usuárias da Libras. Esses dados chamam atenção para o fato de que “a maioria dos surdos não usam Libras” (Pfeifer, 2022) e que “surdez não é sinônimo de Libras” (Lobato, 2021). Trata-se de posicionamentos que diferem de autores como Gesser (2009); Rezende (2012); Perlin e Stumpf (2012); Strobel (2015), entre outros, que defendem a língua de sinais como a língua “natural” das pessoas surdas e que, portanto, deve ser aprendida na mais tenra idade, em lugar do uso de tecnologias e/ou da oralização.

Lima (2018), ao tratar dessa questão por uma perspectiva discursiva, assevera que não há um discurso consensual acerca da surdez, do surdo ou mesmo do uso da língua de sinais. O que há, segundo esse autor, é uma disputa pelo sentido do que

significa ser surdo. “O corpo surdo constitui-se como um material simbólico atravessado por discursos conflitantes” (Lima, 2018, p. 45).

Para nós, esses discursos “conflitantes” são sustentados pelo real da história. Isto é, as formulações discursivas, o modo como a linguagem ganha corpo no intradiscurso (no dito aqui agora), tais como “deficiente”, “pessoa com deficiência”, “portador de deficiência”, “pessoa com necessidades especiais”, “pessoa com necessidades específicas”, “pessoa surda”, “surdo” etc., tem, em última instância, como fundamento material, as relações sociais conflituosas entre capital e trabalho, que se dão em relações de sentidos e sujeitos produzindo “evidências”. Trata-se do funcionamento do efeito elementar da relação da ideologia com o imaginário que mascara o **caráter material do sentido** (Pêcheux, 2014).

Neste artigo, pretendemos compreender que sentidos acerca do sujeito surdo (“D-eficiente”) são enunciados e postos em circulação pelo autor e *influencer* surdo oralizado Alex Alves Júnior, a partir de seu perfil na rede social Instagram. Essa rede social é compreendida aqui como ponto de encontro entre materialidades significantes e a ideologia no discurso cuja base é a sociedade capitalista como condição de significar. Nossa escolha por trabalhar com as formulações deste *influencer* justifica-se pelo fato de ele possuir, quantitativamente, entre aqueles que são surdos e oralizados (e não usuários de Libras), um grande número de seguidores. Ele possui 1,2 milhão de seguidores no TikTok, 663 mil no Instagram e mais de 228,6 mil no Kwai. Além disso, é palestrante e autor do livro autobiográfico “Olhos que escutam”.

Para este trabalho, tomamos como *corpus* de análise os stories em destaque¹ intitulados “Meu livro”, disponíveis no perfil do referido autor/*influencer*, em que ele trata, como sugere o título do destaque, tanto do processo de construção do seu livro

¹ Os *stories* são um recurso do Instagram destinado à criação e postagens de conteúdos temporários. Eles ficam disponíveis para a visualização de seus seguidores pelo período de 24 horas. Quando transformados em destaques, os *stories* podem ser visualizados por tempo indeterminado e ficam disponíveis abaixo das informações sobre o seu perfil.

quanto da sua forma de entrada nas redes sociais, sua atuação como influenciador digital, palestrante e, também, o modo como atribui sentidos a si e à sua surdez.

Para tanto, amparamo-nos teórica e metodologicamente na Análise do Discurso materialista (doravante AD) que, como salienta Petri (2013), se constrói num movimento pendular, num ir e vir, entre teoria e análise. Trata-se de um campo de conhecimento dos estudos da linguagem que busca compreender como diferentes objetos simbólicos produzem efeitos de sentido em determinadas condições históricas de reprodução/transformação. Dessa forma, a AD assume também uma posição política, pois ao trabalhar com a materialidade histórico-discursiva realiza uma crítica aos efeitos da ideologia dominante no funcionamento da linguagem e na constituição dos sujeitos e dos sentidos.

Assim, nessa esteira, e entendendo que é o dispositivo teórico “que permite ao sujeito, pelo trabalho da interpretação e da descrição, uma leitura outra do que está dito, do que está posto, do que está dado, do que é dado” (Dias, 2019, p. 218), iniciamos nosso gesto de leitura (interpretação) discutindo, primeiramente, sobre a rede social Instagram, de onde, como dissemos, retiramos o *corpus* discursivo para a presente análise.

2 A rede social Instagram e o modo de produção capitalista

Todo processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classes. (Pêcheux, 2014, p. 82)

Consideramos que o Instagram faz circular processos de significação em conflitos na sociedade capitalista. Mas isso não é visto de imediato por conta do funcionamento da ideologia que produz evidências de sentidos e sujeitos. Por isso, é preciso se posicionar na teoria do discurso para observar o funcionamento do discurso, pois todo fragmento de dizer é parte de um processo discursivo amplo que configura lugares contraditórios de interpretação filiados às mais diferentes ideologias.

Partindo da superfície discursiva, podemos dizer que o Instagram é uma rede social que possibilita aos seus usuários o compartilhamento de fotos e vídeos. Foi desenvolvido na Califórnia, Estados Unidos da América, por dois engenheiros de *software*, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger. Surgiu em outubro de 2010 com uma *logo* que remetia a uma câmera *polaroid* (câmeras que imprimiam fotos de forma instantânea). O próprio nome Instagram é, de acordo com Holak; McLaughlin (2017), resultado de um amálgama das palavras “Instant camera” (câmera instantânea) e “telegram” (telegrama).

Inicialmente, o aplicativo foi lançado somente na versão iOS (sistema operacional do iPhone). Ainda assim, segundo Blystone (2022), em apenas uma semana ele já havia sido baixado mais de 100 mil vezes, chegando à marca de 1 milhão de usuários em cerca de dois meses. Em 2012 (ano em que a empresa foi comprada pelo Facebook, atualmente META, pelo montante de US\$ 1 bilhão), com sua disponibilização para aparelhos Android, a rede alcançou a marca de 500 milhões de usuários (Coelho, 2021). Ainda segundo essa autora, em 2018 o Instagram atingiu 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo.

De acordo com a empresa DataReportal (2024)², o Brasil é o terceiro país que mais utiliza essa rede social, com 134,6 milhões de usuários, ficando atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos da América. Este mesmo levantamento aponta que o Instagram é a terceira rede social mais utilizada pelos brasileiros, perdendo apenas para o WhatsApp (169 milhões de usuários) e para o YouTube (142 milhões de usuários).

Movido pela lógica de produção capitalista, ao longo dos anos, o Instagram implementou novas ferramentas e recursos para se tornar mais atrativo aos **usuários** e **mais lucrativo** para as **empresas**, bem como para **competir** com outras redes sociais disponíveis no **mercado**. Quando de sua criação, em 2010, apenas fotos podiam ser

²Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>.

postadas. Em 2013, foi disponibilizada a possibilidade de inserir vídeos de até 15 segundos (duração máxima que foi aumentada para sessenta segundos a partir de 2016).

Também em 2016, a fim de competir com a rede social Snapchat, à época uma das redes sociais mais populares nos EUA, o Instagram introduziu o Instagram Story, um recurso que assim como aquela rede social, permite aos usuários compartilhar momentos de seu dia (em fotos e vídeos) que desaparecem após 24 horas. Como o Snapchat, os *Stories* do Instagram também incluem a capacidade de incorporar filtros e adesivos faciais baseados em realidade aumentada e na capacidade de adicionar texto, desenhos, *emojis*, *links* e *geotags* diretamente à foto ou vídeo (Holak; McLaughlin, 2017).

Em 2018, a rede lançou o aplicativo IGTV, uma plataforma dedicada a vídeos mais longos, com até uma hora de duração. Segundo Wise (2023), o intuito do Instagram com a criação desta nova ferramenta é **concorrer** na busca pelos usuários da rede social YouTube, uma plataforma de vídeos *online* mundialmente conhecida por suportar vídeos longos. Nessa mesma direção, já em 2020, à luz da popularidade emergente do TikTok, uma rede social destinada ao compartilhamento de vídeos curtos, a empresa lançou o Instagram Reels, um recurso que espelha (copia?) as mesmas funções que a rede social em que foi “inspirado”.

Além da implementação dessas ferramentas mais visíveis e destinadas ao grande público usuário, o Instagram instaurou uma série de recursos voltados especificamente a empresas e/ou pessoas jurídicas, tais como: selo de verificação (lançado em 2012 apenas para celebridades e figuras públicas, mas liberado para marcas e empresas em 2014); perfil profissional (que permite acompanhar o alcance, as impressões e frequências das postagens feitas); publicidades patrocinadas; informações demográficas dos usuários; compras pelo aplicativo; monetização de vídeos etc.

É de nosso interesse compreender, a partir da perspectiva da Análise do Discurso, assim como afirma Orlandi (2017, p. 240), que “vivemos em um mundo da quantidade, do excesso”. Nesse mundo, continua a autora, há uma relação inevitável entre o digital, a tecnologia e a informação com a quantidade. A quantidade é a marca do discurso digital, pois são os números que importam: de usuários, de acessos, de interações, de comentários, de visualizações, de curtidas, de compartilhamentos, de seguidores, de dados. Quanto maior o número de usuários, maior o número de dados e, conseqüentemente, maior o lucro obtido pela rede social. Para nós, essa rede de sentidos paira sobre as “palavrinhas mágicas” que encontramos no início: competir, lucratividade, mercado...

Segundo Dias (2018, p. 156), “a mais preciosa ‘moeda’ da rede” [são] os dados dos sujeitos: o que ele come, aonde ele vai, onde mora, onde trabalha, qual sua posição política, seu poder aquisitivo, o que lê, que música ouve, quem são seus amigos etc.”. Tais informações, salienta a autora, não são banalidades sem interesse para as grandes corporações como o Google, a Microsoft ou a Meta (um conglomerado estadunidense de tecnologia e mídia social dona do Facebook, Instagram e Threads), ao contrário, são informações muito lucrativas a essas empresas.

Em outro trabalho, Dias (2016, p. 9) afirma que o digital produziu uma mudança na discursividade do mundo, “nas relações históricas, sociais e ideológicas, na constituição dos sujeitos e dos sentidos, na forma dos relacionamentos, do trabalho, da mobilidade, dos encontros, até mesmo do fazer científico”. Para ela, no/pelo digital, o sujeito criou novas formas de ser e estar no mundo, e isso se deve ao fato de que o digital tem gerido cada vez mais as decisões que tomamos na vida, das mais simples às mais complexas, “até as decisões socioafetivas e políticas [estão] cada vez mais atravessadas pelos dizeres em circulação nas redes sociais, mas também *blogs*, jornais *online* etc.” (Dias, 2018, p. 60).

Isso não significa, entretanto, que devemos tomar o digital como uma mera produção da tecnologia. Enquanto analistas do discurso, precisamos, como ensina

Pêcheux (2015, p. 49), “ver de fora aquilo no interior do qual o [nosso] olhar é tomado”, isto é, precisamos questionar os efeitos de evidência e transparências que comparecem no/pelo discurso digital. É guiada por esse entendimento que Dias (2018, p. 28) assevera que o digital é “uma condição de produção político-ideológica do discurso, uma condição e meio de produção e reprodução das formas de existência capitalistas”.

É nessa direção que, como dissemos, compreendemos o Instagram como uma rede social regida pela lógica capitalista de produção, “[...] pois o discurso tem um chão, uma concretude histórica; ele não se move (‘navega’) no ar/mar ‘desconectado’ da rede sem sua ancoragem nas condições históricas de produção” (Silva Sobrinho, 2011, p. 23).

Como sabemos a partir das leituras de Marx, no modo de produção capitalista, a burguesia detém e controla os meios de produção (a propriedade privada/capital). A classe trabalhadora, por sua vez, é aquela que, sem propriedade, possui apenas sua força de trabalho para vender e sobreviver, e é transformada em mercadoria. Estendendo essa discussão para o digital, vemos que no/pelo uso das redes sociais continuamos a ser uma mercadoria, tornamo-nos sujeitos de dados (Dias, 2018), um conjunto de informações coletadas e vendidas a empresas interessadas em conhecer nosso “perfil” consumidor.

Segundo Dias:

O econômico encontra um rearranjo com as tecnologias digitais, pela coleta e capitalização de enormes quantidades de dados, produzindo, com isso, uma personalização do “consumidor de novo tipo”. A informação sobre os sujeitos passa a ter um valor econômico concreto, mais do que um valor simbólico (2018, p. 54).

Em outras palavras, nas postagens que fazemos, nas fotos e vídeos que curtimos, nos *influencers* que seguimos, enfim, em todas as nossas ações no Instagram reside a busca pelo lucro, pela capitalização dos dados que fornecemos quando utilizamos as redes sociais e que são de interesse das empresas anunciantes em suas ações publicitárias e de *marketing*. Nesse sentido, tal qual Coelho (2021),

compreendemos o Instagram como uma nova relação de poder dentro da formação social capitalista. Trata-se de um novo mercado, que está ligado diretamente às novas e constantes atualizações de estratégias de consumo e “que tem o capital como ponto de partida e de chegada” (Coelho, 2021, p. 48).

Para Dias (2018, p. 74), o modo de individuação do sujeito capitalista, por um Estado econômico-tecnológico, no/pelo discurso digital, produz efeitos nos processos de identificação e na produção de sentidos no cotidiano. Nesse cenário, e entendendo tal qual essa autora que uma postagem é feita para alguém, ou seja, é significada pela ideia da “circulação” (de fazer circular sentidos), questionamos: quais sentidos têm sido produzidos acerca do sujeito surdo, da surdez e da Libras a partir das postagens feitas pelo influenciador digital Alex Júnior, em seu Instagram? Os sentidos “deficiência/eficiência” comparecem como um (im)possível dizer nas idas e vindas do processo de significação?

É sobre isso que nos ocuparemos na seção, a seguir. Dizendo de outro modo, é sobre como este sujeito (autor/*influencer*) inscreve-se neste espaço de produção de sentidos, tensionando as redes sociais, afetado por discursos produzidos pelas contradições da sociedade capitalista que, ao tempo que diz sobre a necessidade de “incluir” a pessoa com “deficiência”, reforça hodiernamente o discurso da “eficiência” e da “produtividade”. Desse modo, o Instagram em análise, em sua concretude histórica, faz funcionar contraditoriamente o discurso sobre a “deficiência/eficiência”, pois os dizeres postos em circulação são efeito e trabalho da conjuntura ampla e profunda da sociedade capitalista.

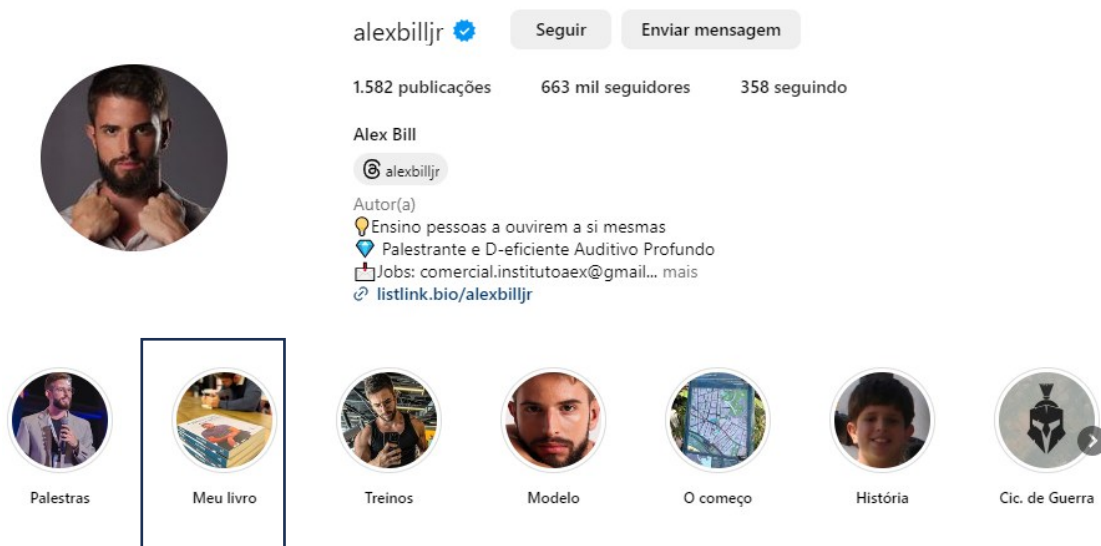
3 O autor/influencer Alex Alves Jr. e seu perfil na rede social Instagram: materialidades significantes e a ideologia no discurso

O primado do real sobre o pensamento não está ligado, de modo algum, a puras propriedades linguísticas, mas depende de um “exterior” bem diferente, que é o conjunto dos efeitos, na “esfera da ideologia”, da luta de classes sob suas diversas formas: econômicas, políticas e ideológicas. (Pêcheux, 2014, p. 235)

A Análise do Discurso Materialista é um campo do conhecimento que compreende que os sentidos não se fecham, não são evidentes, que sempre podem ser outros, embora não qualquer um. Nas palavras de Pêcheux (2015, p. 53), “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, de se deslocar discursivamente de seu sentido e derivar para um outro”. São esses pontos de deriva possíveis que oferecem lugar à interpretação. Como salienta Pêcheux (2015), é exatamente nesse espaço que se pretende trabalhar a Análise do Discurso.

É pondo em funcionamento o dispositivo teórico-analítico no batimento entre descrição e interpretação que o/a analista poderá compreender o funcionamento e os efeitos de sentidos produzidos no *corpus* a ser investigado. Desse modo, começemos nossa análise por um gesto de descrição do perfil do autor/*influencer* Alex Jr. na rede social Instagram.

Figura 1 – Perfil do Instagram do autor/*influencer* Alex Júnior.



Fonte: <https://www.instagram.com/alexbilljr/>

Como é possível visualizar no perfil do Instagram em análise, aparecem as informações tidas como as mais importantes de um usuário: sua foto de perfil, seu nome de usuário (que junto com o @ torna possível a localização deste perfil por outros usuários desta rede social), o número de publicações, o número de seguidores, o número de perfis seguidos e as informações de sua Bio (biografia). O perfil é “uma das

funcionalidades da rede social [que] costuma ser um cartão de visita de cada usuário” (Coelho, 2021, p. 51).

Essas informações ficam visíveis a todos aqueles que possuem uma conta no Instagram. No caso de uma conta privada, essas informações ficam disponíveis apenas àqueles que o seguem. Os destaques e as postagens ficam localizadas abaixo da Bio; se o perfil for aberto, as postagens são disponíveis a todos; ou apenas aos seus seguidores autorizados, se o perfil for privado.

Segundo Coelho (2021), um recurso como a Bio do Instagram é uma das inúmeras formas de possibilitar ao sujeito inserido no digital de se significar na rede, de dizer: “O que/ quem sou/ faço/ gosto”. Discursivamente, é um espaço para o sujeito projetar uma imagem de si, “constituir e formular seu lugar no mundo ao dizer (quem é), (do que gosta, o que faz)” (Coelho, 2021, p. 58). Uma possibilidade de o sujeito produzir uma escrita de si que, segundo Dias (2018, p. 155), é “um instrumento político potente. Porque falar de si é falar de uma posição-sujeito que é sempre já alteridade”.

Observando a Bio do perfil do autor/*influencer* Alex Júnior, vemos que este se significa como: 1) professor (*coaching?*), “ensino pessoas a ouvirem a si mesmas”; 2) “palestrante e; 3) D-eficiente Auditivo Profundo”. Consideramos, conforme Orlandi (2016, p. 93), que o sujeito se relaciona com seu corpo já atravessado por uma memória discursiva (já-dito), por um discurso social que o significa e o individua. Posto isso, chamamos atenção para o termo utilizado pelo autor/*influencer* para referir-se a si e nomear sua condição física, corpórea, parte de sua identidade: “**D-eficiente**”. Há, na materialidade discursiva, um movimento de sentidos: “eficiente”, “surdo”, “deficiente”, “D-eficiente”. Essa formulação é um lugar de múltiplos sentidos, lugar do político, sentidos que se dividem, pois recorta os dizeres para significar o sujeito no mundo.

Alex Jr. na página principal de seu perfil, inicialmente, não se define como “surdo” ou como “deficiente auditivo” (principais termos utilizados para designar aqueles que não possuem, ou possuem pouco os limiares auditivos). Nem como uma

“pessoa com deficiência”. Pelo contrário, há uma preocupação em ressaltar sua “eficiência”. Lima (2022), ao discorrer sobre a historicidade acerca das pessoas com deficiência, salienta que há, enquanto memória discursiva, dizeres que individualizam e significam esses sujeitos nas redes sócio-históricas de sentidos como incapazes, não produtivos, tidos como fardos sociais. Ainda segundo esse autor, isso se deve ao fato de vivermos numa sociedade que tem como forma-sujeito histórica a forma-sujeito capitalista que, como sabemos, pressupõe um tipo ideal de sujeito produtivo e que, por isso, divide e hierarquiza os indivíduos entre “os que dispõem de seu corpo sem obstáculos (e os que não o fazem)” (Orlandi, 2015, p. 192).

Poderíamos dizer, em outras palavras, que na/pela forma-sujeito capitalista, o valor de um indivíduo na sociedade capitalista está atrelado à sua “eficiência” (produtividade), isto é, à sua capacidade de “produzir”, “empreender”, de empregar sua força de trabalho nas relações de produção e “gerar mais-valia”. É esse raciocínio, fundado na lógica do lucro, que sustenta dizeres que significam aqueles sujeitos que, por não se adaptarem ou por não serem absorvidos diretamente enquanto “mão de obra” pelo mercado de trabalho, são considerados portadores de “corpos inúteis” (Lima, 2022).

Entendemos que a forma como o autor/*influencer* se apresenta é uma tentativa de se desvincular desses pré-construídos, ou seja, de discursos outros, pensados antes em outro lugar e que funcionam pela ilusão da transparência da linguagem. É desse modo de individuação de si (e de seu corpo) que o autor/*influencer* Alex Jr. busca enfatizar sua “eficiência”, suas “aptidões”.

O que faço: Ensino pessoas a ouvirem a si mesmas.

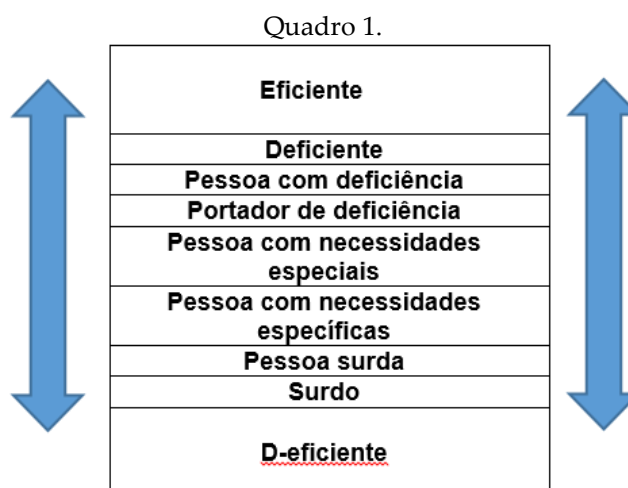
O que sou: Palestrante e D-eficiente Auditivo Profundo.

Trata-se, pela formulação do discurso, de uma tentativa de apagar sua “deficiência” pela afirmação da “eficiência” (palestrante). No entanto, pensando no processo discursivo que subjaz a essas formulações, podemos compreender que ao se

denominar “D-eficiente”, o autor/*influencer* não necessariamente rompe com o modo como a sociedade capitalista neoliberal individua as pessoas com “deficiência”. Ao contrário, ele acaba por se inscrever (mesmo que se confrontando) nessa discursividade (na ordem do já-dito), no modo capitalista/econômico de significar aqueles que fogem ao que é tido como “semanticamente normal” e, por isso, busca apresentar-se como um sujeito produtivo, eficiente, “bom sujeito” que contribui com a sociedade dando palestras, “ensinando as pessoas a ouvirem a si mesmas”, publicando livros, sendo um *influencer* digital.

Em nossa análise, compreendemos que há uma remissão de palavras, com idas e vindas nesse processo de significação. Esse movimento se dá pela concretude na materialidade da língua e da história. Entre “D-eficiente” e “eficiente” existem relações de forças e aberturas para a significação. Em sua relação com o simbólico, o sujeito toma a palavra para tentar significar em outro lugar; produz movimento, errâncias do sujeito e dos sentidos da/na história.

Vejamos no quadro a seguir:



Fonte: elaborado pelos autores.

A formulação discursiva “D-eficiente”, em sua forma material (linguístico-histórica), mostra-se como um ponto de deriva de sentidos sustentado pela contradição entre o real da língua e o real da história. A formulação “D-eficiente”

articula redes de sentidos atreladas à formação social capitalista. As redes sociais, no caso o Instagram, pelo discurso, “deixam emergir os raciocínios antagonistas das relações sociais capitalistas de exploração do trabalho que as constituem” (Silva Sobrinho, 2011, p. 21).

Como diz Pêcheux (1990, p. 9), “não há, pois, discurso, realmente falado por seres humanos, que possa se destacar completamente dos trás-mundos (ou pré-mundos) que o habitam”. Estamos diante de relações de forças que sustentam e movem os dizeres que são atravessados pelo discurso da “deficiência/eficiência” na sociedade capitalista que mantém a regularização do dizer. Esse fundamento sócio-histórico faz mover a língua e sua ordem significante. Língua que, em sua discursividade, é capaz de falha, deslize e equívoco.

A construção “D-eficiente”, em sua espessura material, instala a incompletude do dizer, dos sentidos, do sujeito, da história. Faz o dizer, ao mesmo tempo, inscrever-se no repetível e se confrontar (resistir) ao já-dito, pois é lugar da interpretação, da paráfrase e da polissemia, ou seja, do mesmo e do diferente. Ponto de derivas e de conflitos das filiações ideológicas de sentidos.

Diríamos, ademais, que o próprio uso do verbo “ouvir” na formulação anteriormente citada parece buscar, simultaneamente, produzir um afastamento entre aqueles que não ouvem (os surdos) e uma aproximação com aqueles que ouvem (os ouvintes), na medida em que este se propõe a ensinar outras pessoas a “ouvirem... a si mesmas”. O verbo utilizado nessa expressão poderia ter sido outro, “conhecer”, por exemplo, mas, como sabemos, nem as palavras são neutras, isentas de traços ideológicos, nem o sujeito é a origem do seu dizer.

Dando continuidade ao nosso gesto de interpretação, passemos à análise dos *stories* em destaque sob o título “Meu livro”, no perfil do Instagram de Alex Jr.

Como já mencionado, o *story* é um recurso do Instagram destinado à criação de postagens de conteúdos temporários. Cada usuário pode postar cem *stories* por dia; estes ficam disponíveis para visualização pelo período de 24 horas. Todavia, caso os

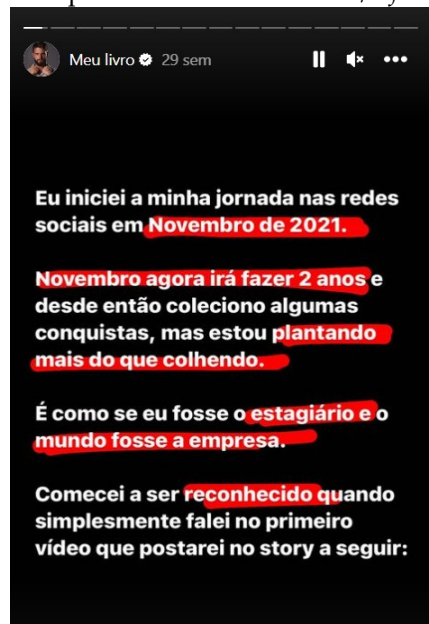
stories sejam transformados em destaques, eles ficam disponíveis à visualização por tempo indeterminado.

O site oficial do Instagram salienta que a ferramenta **destaques** surgiu em 2018, “permitindo que pessoas e empresas fixem em seus perfis os *Stories* mais importantes pelo tempo que desejarem”. Afirmar ainda que “os Destaques são perfeitos para **colocar tudo o que você considerar relevante para o seu negócio**, além de chamar a atenção de quem entrou ali pela primeira vez”³ (grifos nossos).

Trata-se, como se observa, de um novo campo de fixação de informações, uma espécie de extensão da Bio. O destaque intitulado “Meu livro” no perfil que analisamos possui 15 *stories*, entre textos, imagens e vídeos. No primeiro *Story* do destaque em questão, Alex Jr. faz uma breve retrospectiva sobre sua entrada nas redes sociais.

Observemos a imagem a seguir:

Figura 2 – Destaque “Meu livro” do autor/influencer Alex Jr⁴.



Fonte: <https://www.instagram.com/alexbilljr>

³ https://business.instagram.com/blog/como-criar-e-o-que-colocar-nos-destaques-do-instagram?locale=pt_BR

⁴ Os grifos em vermelho pertencem ao próprio *story*.

Além de datar sua entrada nas redes sociais (novembro de 2021), o autor/*influencer* ressalta que vem, desde então, “coleccionando algumas conquistas”, mas faz uma ressalva, pois ainda está “plantando mais do que colhendo”. Para tentar explicar como isso ocorre, ele lança mão de uma metáfora: “é como se **eu fosse o estagiário**, e o **mundo fosse a empresa**”. Pêcheux (2014, p. 147) assevera que “os indivíduos são interpelados em sujeitos falantes (em sujeitos de **seu** discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes”.

Encontramos pistas, a partir desse *Story*, que explicitam uma filiação do autor/*influencer* a uma formação ideológica capitalista neoliberal, meritocrática, que imputa ao sujeito a responsabilidade pelo próprio sucesso (ou fracasso) no mercado, no mundo empresarial, no mundo dos negócios, no mundo do trabalho, no mundo da exploração da força de trabalho por conta da lógica do lucro.

Há uma identificação com um discurso capitalista neoliberal que enuncia que todos podem, que todos têm as mesmas condições, que basta querer – como se a sociedade capitalista produzisse oportunidades iguais para todos/as e como se todos/as tivessem as mesmas condições materiais de existência. Observemos, ainda, que a própria metáfora lançada pelo autor/*influencer* para explicar sua “jornada” pelo universo das redes sociais baseia-se num ambiente corporativo: “é como se **eu fosse o estagiário**, e o **mundo fosse a empresa**”⁵. Nesses dizeres se manifesta uma leitura (interpretação) empresarial de como o mundo funciona, e isso implica disputa de mercados, concorrência entre os indivíduos, busca de lucros, exploração do trabalho.

Novamente nos deparamos com pontos de deriva produzidos pelo real sócio-histórico (**estagiário – empresa**) que nos fazem questionar como o discurso sobre a “deficiência/eficiência” se apresenta produzindo e movendo sentidos e sujeitos nas contradições da sociedade capitalista. Como a linguagem, sujeito e história não são

⁵ Não entraremos nessa discussão, mas questionamos: por que estagiário? Por que não funcionário, trabalhador etc.?

transparentes, observamos que na tentativa de dizer de outro modo, o sujeito estabelece relações com a (des)ordem do dizível e do indizível. Assim, “deficiência/eficiência”, em sua concretude histórica, atuam na subjetividade do sujeito.

Alex Jr. destaca em vermelho que “irá fazer dois anos” que iniciou sua “jornada” nas redes sociais e que está “plantando mais do que colhendo”. Essa formulação movimenta sentidos contraditórios de “trajetória”, como “percurso”, mas também de “jornada” (de trabalho?). Ou seja, o sujeito se mostra cindido entre já “coleccionar algumas conquistas” (colher alguns frutos) e saber que ainda é necessário continuar “plantando” (trabalhando).

No final desse primeiro *Story* do destaque “Meu livro”, Alex Jr. esclarece que o vídeo que o tornou famoso, reconhecido nas/pelas redes sociais, foi um vídeo em que ele aparece “falando”, isto é, comunicando-se por meio da fala oral e não da utilização da Libras. A fim de facilitar a compreensão do leitor do gesto de interpretação que estamos empreendendo, transcrevemos os enunciados postos em circulação no vídeo⁶:

Iai, tudo bem com você? **Eu sou Alex, eu sou deficiente auditivo e eu falo. Eu não faço uso dos sinais, LIBRAS.** A minha educação foi muito diferente. **Eu vivo num mundo dos ouvintes** e eu vou te mostrar como é minha história, como que pode um surdo se adequar num mundo de pessoas que ouvem. E detalhe: eu não ouço nada, 0%. Me acompanhe, vai gostar de mim.

Antes de abordarmos a produção de um gesto de interpretação deste recorte discursivo, fazem-se necessários alguns apontamentos acerca do processo de constituição do sujeito na/pela Análise do Discurso. Um pouco mais acima, mencionamos que para a AD à qual nos filiamos, o sujeito não é centrado, dono de seu dizer, onisciente; ao contrário, ele é interpelado pela ideologia e afetado pelo inconsciente.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18036561205452079/>.

Orlandi (2013) postula que a constituição do sujeito se dá a partir de dois movimentos distintos, mas inseparáveis.

O primeiro movimento é o da interpelação do indivíduo em sujeito pela ideologia. Por esse movimento, o sujeito se submete à língua, significando e significando-se pelo simbólico na história. Nas palavras de Orlandi (2013, p. 74), “se é sujeito pelo assujeitamento à língua, na história. Não se pode dizer senão afetado pelo simbólico, pelo sistema significante”. Para essa autora, “a ‘evidência’ da identidade não deixa ver que esta resulta de uma identificação-interpelação do sujeito” (Orlandi, 2013, p. 75).

O segundo movimento é o processo de individuação do sujeito pelo Estado e suas instituições, a partir de “diferentes gestos articuladores do simbólico com o político” (Orlandi, 2011, p. 32). Este, já afetado pela língua e pela ideologia, se identifica, dada a sua inscrição numa ou noutra formação discursiva, numa (ou mais de uma) posição-sujeito na sociedade. Orlandi (2011, p. 22-23) lembra ainda de que há em todo sujeito uma necessidade de laço social. Nesse sentido, “ao individuar-se, ao mesmo tempo, identifica-se e se projeta em uma posição-sujeito, na sociedade, representando-se como parte do grupo a que ‘pertence’.”

Retomando agora o dito apresentado acima, questionamos: como este autor/*influencer* se individua? Com que grupo ele se identifica? A que grupo social ele pertence (ou acredita pertencer)? Trata-se de um sujeito da/na linguagem e, como veremos mais à frente, sujeito do/no trabalho⁷.

Logo no início de sua fala, Alex Jr. parece já querer deixar isso bem claro: “eu sou deficiente auditivo e eu falo. Eu não faço uso dos sinais, LIBRAS”. Uma paráfrase possível desse enunciado é: “Eu sou deficiente auditivo, **mas** sou diferente daqueles que usam Libras, pois eu falo”.

⁷ Estamos a nos referir ao trabalho em seu sentido ontológico, fundante de toda sociedade, como consideram Marx (2001) e Lukács (1978), mas, ao mesmo tempo, trabalho estranhado/alienado que se impõe na sociedade capitalista.

Podemos agora acrescentar em nossa análise:

O que sou: Palestrante e D-eficiente Auditivo Profundo / Eu sou Alex / Eu sou deficiente auditivo e eu falo / Eu não faço uso dos sinais, LIBRAS / Eu vivo num mundo dos ouvintes.

Podemos nos perguntar a quem ele, em seu eu imaginário, está respondendo quando fala de si. Quais os discursos outros que estão presentes/ausentes nesses enunciados. Há efeito de evidência da identidade; como diz Pêcheux: “a ‘evidência’ da identidade oculta que esta resulta de uma identificação-interpelação do sujeito, cuja origem estranha é, contudo, ‘estranhamente familiar’” (2014, p. 142). Essa exterioridade vem pelo interdiscurso (já-dito), pois podemos retomar pela memória discursos sobre o acesso à educação, sobre o mercado de trabalho, bem como sobre as demandas do capital nesta sociedade que tem como foco produzir mercadorias e acumular valor. Para analisar esses enunciados, é preciso voltar o olhar para as relações materiais e ideológicas de classes da sociedade capitalista que sustentam esses dizeres.

Esse sujeito tenta se diferenciar (singularizar) por sua oralidade e pela educação que teve. Seu percurso de dizeres é ao mesmo tempo “familiar” e “estranho”. Sua formulação parece corroborar esse entendimento: “A minha educação foi muito diferente”. Chamamos atenção para a presença de uma elipse nesse enunciado: “A minha educação foi muito diferente [daquela das outras pessoas com deficiência auditiva]”. O uso do advérbio de intensidade “muito” produz um efeito de urgência do autor/*influencer* em concomitantemente se desvencilhar (se desidentificar) de um grupo em que ele poderia ser imaginariamente enquadrado, em virtude de sua condição física/corpórea, a saber: um grupo de pessoas surdas (com deficiência auditiva) usuárias de língua de sinais; e aproximar-se do grupo ao qual procura (e acredita) pertencer: o das pessoas ouvintes, isto é, que se comunicam por meio de uma língua cuja modalidade é a oral-auditiva.

Portanto, não é por acaso que o autor/*influencer* parece dizer: “Eu sou deficiente auditivo, mas não sou como eles. Eu sou como vocês (ouvintes/falantes)”; “eu sou deficiente auditivo e eu falo”. Há uma tentativa de ser “reconhecido” (“eficiente”) como um membro desse grupo. Alex Jr. busca reiterar que já vive “num mundo dos ouvintes” e que já está adequado ao “mundo de pessoas que ouvem”, embora “não ouço nada, 0%”. Se em sua Bio do Instagram, como vimos a partir de nossa análise, a preocupação do autor/*influencer* era demonstrar àqueles que visitassem seu perfil sua “eficiência” e capacidade de contribuir à sociedade, nesse vídeo fica explicitada uma urgência em diferir daqueles que, assim como ele, são pessoas surdas (com deficiência auditiva) e que, ao contrário dele, fazem uso da língua brasileira de sinais, a Libras.

Analisando esse discurso, compreendemos que sua “integração/inclusão” parece se dar pela “excepcionalidade” de falar, apesar de ser surdo. Ele, em seu Instagram, busca mostrar suas “potencialidades”, suas “vitórias”. No entanto, diante da sociedade (empresarial/do capital), ele reconhece que necessita continuar “plantando”.

Segundo Lancillotti:

Para o trabalhador, resta a alternativa de se colocar no mercado de trabalho como competidor, e o critério capaz de assegurar o acesso e a permanência no trabalho é o de trazer vantagem competitiva, agregar valor ao capital. Assim, competente é aquele com capacidade para ser rentável (2003, p. 86).

Portanto, ao dizer de si, ao se inscrever e se identificar numa rede de sentidos capitalista e neoliberal que compreende que o valor de um sujeito está diretamente atrelado à sua “eficiência”, à sua capacidade de produzir (continuar “plantando”), o autor/*influencer* corrobora indiretamente, a partir das formulações postas em circulação, a reprodução de já-ditos sobre as pessoas com deficiência que significam esses sujeitos como não produtivos, não eficientes, fardos sociais. Isso ratifica que o discurso se inscreve em relações ideológicas de classes; por isso, não há como

efetivamente compreendê-lo sem considerar as lutas ideológicas gestadas no processo do fazer-se histórico dos sujeitos em sociedade.

O que demonstramos com as análises realizadas é que

o discurso não tem uma gênese espontânea (abstrata/pura), pois é gerado e sustentado pela e nas condições materiais de existência dos sujeitos históricos. Esse complexo faz com que a forma de ser de cada sociabilidade seja condição fundamental da discursividade, pois está entrelaçada com as atividades historicamente determinadas. Por isso, o processo concreto real de produção material é o fundamento da História, e nessa direção, a subjetividade, na sociedade capitalista, é constituída nas/pelas contradições do antagonismo entre capital e trabalho, que constitui, por sua vez, contraditoriamente, as práticas discursivas (Silva Sobrinho, 2015, p. 40).

Entendemos que as barreiras sociais são muitas e que existem formas de preconceitos diversos que atuam nessa discursividade como parte de processos de significação conflitantes. Há questões de ordem material e ideológicas presentes nesse discurso. Tomando o último recorte discursivo, podemos dizer que o “mundo dos ouvintes” é também o “mundo dos surdos”, porque o “mundo da sociedade capitalista” e suas práticas de exclusão e dissimulações estão aí inscritos, produzindo seus efeitos.

Em nossa análise, a contradição que se manifesta no discurso do *influencer* está inscrita na concretude histórica dos enunciados; esta recai no movimento paradoxal das oposições “deficiente/eficiente”, “sou surdo/eu falo”, “estagiário/empresa”. Esses dizeres atravessam e sustentam o perfil do Instagram porque materializam as relações sociais capitalistas, que são relações de intensa exploração do trabalho e exigem sujeitos “eficientes” que falem, andem, escutem, trabalhem. Ou seja, “bons sujeitos”.

Fundamentados no que diz Silva Sobrinho (2015, p. 48), “não há transformação social sem a construção de críticas capazes de compreender as raízes dos efeitos de sentido que nos afetam e/ou constituem, que nos constroem e/ou desconstroem, ou mesmo, que nos mobilizam/desmobilizam”. Assim, é preciso insistir na raiz da análise

que realizamos: o “mundo dos ouvintes e dos surdos” é também o “mundo da exploração do trabalho”, é também o “mundo” no qual o capital rege e justifica como e por que vai “adequar”, “incorporar”, conceder “estágio” ou “emprego” aos sujeitos com “deficiência” para desempenharem alguma função nas relações de produção.

Dizer-se “D-eficiente” é uma forma material na qual as determinações históricas de existência restabelecem o já-dito e se imbricam na relação dialética entre sujeito, história e língua. A nosso ver, esse discurso que analisamos é, dialeticamente, de opressão e de resistência.

4 Considerações finais: agitações e deslocamentos

todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço (Pêcheux, 2015, p. 56).

Ao longo desta análise, buscamos compreender os sentidos dos enunciados postos em circulação no/pelo digital por um dos principais *influencers* surdos oralizados e não usuários de Libras, Alex Júnior. Para tanto, analisamos seus *stories* em **destaque** agrupados sob o título “Meu livro”.

A partir de nosso gesto de interpretação, pudemos explicitar o modo como o autor/*influencer*, inscrito numa formação ideológica e discursiva capitalista neoliberal, no intuito de ratificar sua “eficiência” e sua capacidade, reproduz e atualiza um discurso que retoma pela memória discursiva dizeres que significam as pessoas com “deficiência” (entre elas, os surdos) como ineficientes, incapazes, fardos sociais. Esses discursos são parte das contradições do sistema capitalista em crise estrutural. Assim tais discursos têm sua gênese numa sociedade excludente que prioriza o lucro e não o ser humano como valor.

Compreendemos que, tomado pela ilusão de uma relação termo a termo entre linguagem, pensamento e mundo, e que produz, aparentemente, uma identificação direta e transparente entre o nome e a coisa (Orlandi, 2017), Alex Júnior, em seu perfil, não se denomina “deficiente”, mas “D-eficiente”. Por essa denominação, parece tentar se desvencilhar de pré-construídos que, no/pelo modo de produção capitalista, significam aqueles que fogem ao tido como “semanticamente normal”.

Entretanto, como sabemos a partir de Orlandi (2015), a forma como o sujeito é individuado e se identifica (ou é identificado) resulta de um longo e complexo processo em que ele é falado e significado pela ideologia que o interpela e pelas instituições e discursos que o dizem. Portanto, uma mudança no modo de se denominar não assegura a transformação no modo de significar aquele sujeito ou grupo social.

É preciso dizer, por fim, que as redes sociais são espaços de lutas (opressão e resistência) e, por isso, movem (contraditoriamente) sentidos e sujeitos. Assim, quando analisamos os dizeres sobre “deficiência/eficiência”, “estagiário/empresa”, por exemplo, estamos desconstruindo a evidência de sentidos que reproduz a ideologia dominante. Estamos, pois, analisando as lutas sociais que derivam das relações de trabalho (relações de exploração) da sociedade capitalista, que deseja sempre corpos “eficientes” para reproduzir o capital. Nessa direção, consideramos como paradoxal e equívoco o significante “D-eficiente”, pois é um gesto de interpretação marcado pelo político das relações de reprodução/transformação.

No entanto, pensamos que resistir efetivamente a essas discursividades exige práticas revolucionárias que não apenas desloquem discursos, mas, sobretudo, destruam a forma de ser da sociedade capitalista e, por sua vez, façam transformar sentidos e sujeitos, vislumbrando outra forma de sociedade na qual se dê efetivamente a inclusão dos sujeitos em relações substantivamente igualitárias.

Referências

BLYSTONE, D. **Instagram**: What It Is, Its History, and How the Popular App Works. Disponível em: <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo0sharing-app.asp>.

COELHO, V. B. **Violências encenadas**: efeitos de um processo discursivo materializado no Instagram. Campinas, SP: [s.n.], 2021. Dissertação de Mestrado.

DIAS, C. A análise do discurso digital: um campo de questões. **REDISCO**. Vitória da Conquista, v. 10, n. 2, p. 8-20, 2016.

DIAS, C. **Análise do discurso digital**: Sujeito, espaço, memória e arquivo. Campinas: Pontes Editores, 2018.

GESSER, A. **Libras?**: que língua é essa?: crenças e preconceitos em torno da língua de sinais e da realidade surda. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

HOLAK, B.; McLaughlin, E. **Instagram**. Disponível em: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/Instagram#:~:text=History%20of%20Instagram,camera%22%20and%20%22telegram.%22>

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PNS 2019**: país tem 17,3 milhões de pessoas com algum tipo de deficiência. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31445-pns-2019-pais-tem-17-3-milhoes-de-pessoas-com-algum-tipo-de-deficiencia#:~:text=Em%202019%2C%20segundo%20a%20Pesquisa,de%20idosos%20estavam%20nessa%20c.>

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: Pessoas com deficiência 2022. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/0a9afaed04d79830f73a16136dba23b9.pdf.

LANCILLOTTI, S. **Deficiência e trabalho**: redimensionando o singular no contexto universal. Campinas: Autores Associados, 2003.

LIMA, C. A Folha de S.Paulo e o(s) discurso(s) de/sobre os Jogos Paralímpicos. **Rizoma**, v. 12, n. 1, p. 41-58, 31 jul. 2023. DOI <https://doi.org/10.17058/rzm.v12i1.18141>

LOBATO, L. **IBGE confirma**: surdez não é sinônimo de Libras. 2021. Disponível em: <https://desculpenaoouvi.com.br/ibge-confirma-surdez-nao-e-sinonimo-de-libras/>.

LUKÁCS, G. As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem. **Revista Temas de Ciências humanas**. São Paulo, n. 4, 1978.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

ORLANDI, E. P. Os sentidos de uma estátua: Fernão Dias, individuação e identidade pousoalegrense. In: ORLANDI, E. P. (org.). **Discurso, espaço, memória**: caminhos a identidade no Sul de Minas. Campinas: Editora RG, 2011.

ORLANDI, E. P. **Língua e conhecimento linguístico**: para uma história das ideias no Brasil. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

ORLANDI, E. Linguagem e educação social: a relação sujeito, indivíduo e pessoa. **Rua**, v. 2, n. 21, p. 187-198, nov. 2015. DOI <https://doi.org/10.20396/rua.v2i2.8642454>

ORLANDI, E. P. **Discurso em análise**: sujeito, sentido e ideologia. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2016.

ORLANDI, E. P. **Eu, Tu, Ele**: Discurso e real da história. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, M. Delimitações, inversões, deslocamentos. **Caderno de estudos linguísticos**, n. 19. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8636823>.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 7. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PERLIN, G.; STUMPF, M. (org.). **Um olhar sobre nós surdos**: leituras contemporâneas. 1. ed. Curitiba: CRV, 2012. DOI <https://doi.org/10.24824/978858042443.0>

PETRI, V. O funcionamento do movimento pendular próprio às análises discursivas na construção do “dispositivo experimental” da Análise de Discurso. In: PETRI, V.; DIAS, C. (org.). **Análise do discurso em perspectiva**: teoria, método e análise. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2013.

PFEIFER, P. **Surdos que ouvem**: a maioria dos surdos NÃO usa Libras. 2022. Disponível em: <https://cronicasdasurdez.com/surdos-que-ouvem/#:~:text=Na%20verdade%2C%20a%20maioria%20dos,a%20Pesquisa%20Nacional%20de%20Sa%C3%BAde!>.

REZENDE, P. L. F. **Implante coclear**: normalização e resistência surda. 1. ed. Curitiba: CRV, 2012.

SILVA SOBRINHO, H. F. da. Redes de sentidos e raciocínios antagonistas: a internet na interface do discurso. In: GRIGOLETTO, E. *et al.* (org.). **Discursos em rede**. Recife: Ed. Universitária UFPE, 2011.

SILVA SOBRINHO, H. F. da. O analista de discurso e a práxis sócio-histórica: um gesto de interpretação materialista e dialético. **Revista Conexão Letras**, 9(12), 2015. DOI <https://doi.org/10.22456/2594-8962.55120>

STROBEL, K. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. 3. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2015.

WISE, J. **The history of Instagram**. Disponível em <https://earthweb.com/history-of-instagram/>.