

---

## #AquiéSalvador: Análise do Discurso do Instagram da Prefeitura Municipal de Salvador<sup>1</sup>

Ana Katarine Conceição NEVES<sup>1</sup>

Fabrcio de Jesus FILGUEIRAS<sup>2</sup>

Jaqueline Ribeiro dos SANTOS<sup>3</sup>

Michael Goncalves de SOUZA<sup>4</sup>

Tainara Tecia da Silva GOMES<sup>5</sup>

Vanessa Rosendo de SOUZA<sup>6</sup>

Lidiane Santos de Lima PINHEIRO<sup>7</sup>

Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Salvador, BA

### Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a mudança de discurso da prefeitura de Salvador em suas publicações no Instagram, com base em estudos semióticos e do discurso, sobretudo a partir dos teóricos Pêcheux e Greimas. O artigo é iniciado com uma revisão bibliográfica dos conceitos de análise de discurso, discurso, sujeitos do discurso, condições de produção do discurso, heterogeneidade discursiva, memória discursiva e *ethos*. Para entender o universo do Instagram, recorreremos a investigações sobre o ciberespaço e comunidade virtual, por Levy, e redes sociais, por Recuero. A análise evidenciou que o objetivo da mudança do discurso foi atribuir representatividade identitária à cidade de Salvador na rede social.

**Palavras-chave:** Análise de discurso; Salvador; Prefeitura de Salvador; Instagram.

### Introdução

---

<sup>1</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: katarine110@gmail.com

<sup>2</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: fabricioofilgueiras@gmail.com

<sup>3</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: jackribeiro01@gmail.com

<sup>4</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: michaelsouzar@gmail.com

<sup>5</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: tainara.gomes@outlook.com.br

<sup>6</sup> Discente do 4º semestre do curso Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia, email: vanessarosendo06@gmail.com

<sup>7</sup> Orientadora do Trabalho. Profa. Adjunta do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas do *Campus I* da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), e-mail: lidicom@yahoo.com

Iniciando uma nova administração do município de Salvador, o prefeito Antônio Carlos Magalhães Neto (ACM Neto), eleito em outubro de 2012 e reeleito em outubro de 2016, adotou como slogan de sua gestão, em 2013, “Salvador - a primeira capital do Brasil”, mantendo este emblema durante os dois mandatos. Desde então, esse novo governo vem mostrando uma significativa preocupação com a imagem da prefeitura perante as mídias, inclusive nas redes sociais, e com a forma de organização delas. Na gestão anterior, que tinha como prefeito João Henrique Carneiro, a imagem da prefeitura não era tratada com a mesma importância e as redes digitais mais utilizadas eram o portal da prefeitura e o Twitter.

Mediante observação das redes sociais mais utilizadas pela prefeitura, Facebook e Instagram, foi possível perceber que os modelos de publicações possuíam muita diversificação, predominando imagens que ressaltam os pontos turísticos de Salvador, intercaladas com outras de cunho informativo ou para divulgação de campanhas e eventos. É notável também uma grande atenção aos festejos comemorativos, como o aniversário da cidade e, sobretudo, o Carnaval. No entanto, a partir de 17 de julho de 2017, nota-se uma mudança na forma de organização e apresentação das postagens da prefeitura no Instagram, agora com menos informação e mais preocupação estética.

O objetivo desse artigo é, portanto, explorar a transição discursiva da prefeitura de Salvador em suas publicações no Instagram, buscando compreender as motivações da sua nova abordagem. Para isso, apresentaremos a seguir os conceitos de análise de discurso, discurso, sujeitos do discurso, condições de produção, heterogeneidade discursiva, memória discursiva e *ethos*, nos quais baseamos nossa análise; e revisaremos também estudos sobre redes sociais, comunidade virtual e ciberespaço.

### **Fundamentação teórica e metodológica**

A análise de discurso de linha francesa (AD) surgiu entre as décadas de 1960-70, tendo como fundador da escola o teórico Michel Pêcheux. A disciplina tem como bases: o materialismo filosófico de Karl Marx, que permite a reflexão sócio-classial e ideológica do discurso; a psicanálise Lacaniana, que permite olhar para o sujeito como ser que possui instâncias não aparentes, mas que estão presentes na construção do discurso; e também a linguística, campo que conduz a interpretação das marcas que aparecem no enunciado.

Explanadas as fundamentações da análise de discurso, é válido questionar: mas o que é discurso? O discurso, através da ótica Pecheutiana (termo relativo a Pêcheux), é

“(…) mais do que transmissão de informação (mensagem), é efeito de sentido entre locutores” (PECHEUX *apud* ORLANDI, 2006, p. 15-16); ou, ainda, discursos são “práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico, mas que também são parte constitutivas daquele contexto” (PINTO, 2002, p. 21). Assim, o discurso excede o texto, envolvendo toda a conjuntura histórico-social, tanto no seu processo de produção quanto no seu fazer receptivo.

Mais a mais, deve-se levar em conta as condições de produção do discurso (CP). Sobre isso, esclarece Orlandi (2006, p. 15), a partir de Pêcheux:

As condições de produção incluem, pois, sujeito e a situação. A situação, por sua vez, pode ser pensada em seu sentido estrito e em sentido lato. Em sentido estrito, ela compreende as circunstâncias da enunciação. O aqui e o agora do dizer, o contexto imediato. No sentido lato, a situação compreende o contexto sócio-histórico, ideológico, mais amplo.

Segundo Pêcheux (2010, p. 50), as condições necessárias para o funcionamento discursivo e, conseqüentemente, para a interpretabilidade de textos são produzidas por uma esfera coletiva e social intitulada memória discursiva. Nesse aspecto, contudo, “memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da ‘memória individual’, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador” (FRANÇA 2016, p. 3).

De forma semelhante, Greimas (1979, p. 150) reconhece o contexto extralinguístico na análise do enunciado e explica que os sujeitos que compõem o discurso são comportados por “duas instâncias: a do enunciador e a do enunciatário. Denomina-se-à enunciador o destinador (...) Paralelamente, o enunciatário corresponderá ao destinatário”. Compreende-se “sujeitos da enunciação” o termo que acomoda enunciador e enunciatário.

É importante levar em conta que os sujeitos em seu processo enunciativo dão vazão a outras “vozes”, as quais o destinador põe em cena de modo inconsciente e pelas quais a autoria do enunciado é retirada do sujeito. Pinto (*apud* SANTAELLA 2004, p. 116), ao discorrer sobre a não unicidade do sujeito no discurso, ressalta que a semiótica discursiva tem bases no conceito de heterogeneidade enunciativa, pela qual:

O emissor de um enunciado põe em cena um ou mais enunciadores, que são vozes a quem se creditam as representações copresentes no

---

enunciado, sem que se lhes possa atribuir palavras precisas e com as quais o emissor se identifica ou não.

Orlandi (2006, p. 19) acrescenta que "não podemos pensar o sujeito como origem em si. Aí se estabelece o teatro da consciência segundo o qual o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia, pelo símbolo". Entende-se, contudo, que é pelo exercício discursivo que o sujeito determina o seu lugar social e seu discurso abarca diferentes formações ideológicas, assim, o enunciador é assujeitado pelas ideologias que o "interpelam".

Contudo, mesmo assujeitado, entendemos que o sujeito constrói dentro do discurso uma imagem de si, na maior parte das vezes para passar uma "boa impressão" e ganhar a confiança do ouvinte, a isto Maingueneau (apud FIORINDO, 2012, p. 4) utiliza a terminologia "*ethos*", pela qual afirma que "não existe um *ethos* preestabelecido, mas sim um *ethos* construído no âmbito da atividade discursiva". Quer dizer, é a imagem do enunciador construída pelo discurso, pela qual o locutor se projeta, mas que não necessariamente traz suas características reais.

Esclarecidos os conceitos advindos da análise de discurso, passamos a apontar outros conceitos-chave que estão relacionados com o objeto de análise, dada a sua natureza: o novo discurso da prefeitura de Salvador nas postagens do Instagram. A fim de entendermos melhor o universo de tal dispositivo digital, utilizaremos os seguintes conceitos-chave: ciberespaço e comunidade virtual, por Pierry Levy (1999) e redes sociais, segundo Raquel Recuero (2008), os quais serão explorados a seguir.

Na introdução de seu livro *Cibercultura*, Levy apresenta o seguinte conceito do ciberespaço:

É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p. 17).

O ciberespaço é o meio que surge da interconexão mundial de computadores. Assim, a internet pode ser vista como parte das tecnologias digitais que sustentam o ciberespaço, sobre as quais montam diversos ambientes, como página da web, correios eletrônicos e outros. As comunidades virtuais tornam-se uma extensão dessa ambiência, já que o seu desenvolvimento se sustenta na interconexão. Segundo Pierry Levy:

[...] uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais. (LEVY, 1999, p. 128)

Atualmente, as comunidades virtuais dispõem de uma presença fortíssima na vida das pessoas por conta das redes sociais, formadas por sujeitos que compartilham conteúdos em comum e colocam as informações ao alcance de todos. De certo, “redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões” (RECUERO, 2009, p. 24). Os atores são pessoas, instituições ou grupos; os nós das redes e suas conexões são interações ou laços sociais.

Raquel Recuero define as redes sociais da internet, utilizando a definição das pesquisadoras Danah Body e Nicole Ellison, “sistemas que permitem a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal, a interação através de comentários, a exposição pública da rede social de cada ator.” (Recuero, 2009, p. 102)

Revisados os principais conceitos da análise do discurso, que nos servirão como base para a análise, e entendidas as características básicas do ambiente digital, que interessa ao nosso estudo, a seguir apresentaremos os principais resultados encontrados.

### **Análise das publicações**

No tópico anterior foram apresentados conceitos que irão auxiliar na análise do novo discurso da prefeitura de Salvador nas postagens do Instagram, que foram reestruturadas a partir de 17 de julho de 2017, adotando filtros com o uso harmônico de cores e priorizando escolhas estéticas na organização do feed - algo, aliás, que tem se tornado cada vez mais comum no Instagram, principalmente entre influenciadores digitais.

As imagens, que são estrategicamente organizadas em mosaicos simétricos, têm uma significação metonímica, pois as partes (fotos individuais, postadas em momentos distintos), ao se unirem com as demais, tornam-se parte de um todo, como um cubo mágico, formando uma unidade visual e temática. A hashtag #AquiéSalvador, na parte superior do mosaico, encontra-se presente em todos os conjuntos das publicações (figura 1).

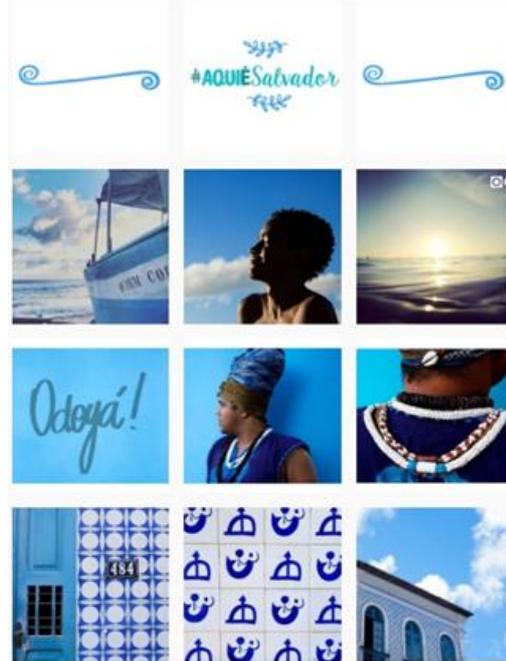


Figura 1: Instagram Prefeitura de Salvador, cubo azul

Fonte: <https://www.instagram.com/prefsalvador/?hl=pt-br>

A gestão do prefeito ACM Neto assumiu novos modos de organização do discurso veiculado na rede social, deixando de lado o modelo que no geral era de cunho informativo e assumindo um perfil mais identitário (ou preocupado com a construção de uma visibilidade da identidade soteropolitana) e representativo da cidade de Salvador. Estritamente, a alteração parece ocorrer apenas no *layout* da página, na forma organizada e limpa em que as imagens são predispostas. Porém, em seu sentido amplo, essas mudanças representam também novos enunciados, sobretudo em relação à representatividade do negro e das religiões de matriz africana, que, diante do contexto histórico brasileiro de escravidão e preconceito, até pouco tempo não eram representados (ou o eram de forma estereotipada) nesses e em outros espaços.

A cultura, a religião, a arquitetura, a história da chegada dos portugueses e dos africanos na Bahia e as obras de artistas baianos, representadas nas fotos postadas, fazem parte da memória discursiva de Salvador, permitindo ao enunciatário compreender que os signos presentes na composição das imagens sugerem, indicam ou simbolizam a capital da Bahia, o que é ratificado pelo uso da hashtag #aquiéSalvador.

Percebe-se que as fotos publicadas possuem diversas origens/fontes, algumas são produzidas pela própria prefeitura, outras são originadas de outros perfis do Instagram, de seguidores ou de artistas plásticos. Essa relação colaborativa no ciberespaço permite

uma maior aproximação entre os actantes do discurso, os sujeitos da enunciação, sugerindo uma cumplicidade entre o enunciatário, o soteropolitano e o enunciador, a prefeitura.

Realizando uma observação mais cuidadosa da composição da figura 1, precisamos considerar a presença de quali-signos<sup>8</sup> (cores branca e azul) como elementos de primeiridade, ou seja, característica que se apresenta de modo mediato à consciência, que iconicamente sugerem luminosidade, dia claro e limpo, verão constante e, sobretudo, mar. Os sin-signos<sup>9</sup> dos colares, turbante e búzio no fundo azul são aqui as referências singulares e indiciais do candomblé, para quem tem conhecimento de que os indivíduos que usam tais adereços são membros de tal religião de matriz africana. Pela necessidade de recorrer a convenções e leis, são também legi-signos<sup>10</sup>, reforçados pelos símbolos dos orixás nos azulejos brancos: o ofá, arco e flecha de Oxóssi, orixá da caça e da fartura; e o espelho de Yemanjá, mãe dos mares e das sereias. São muito nítidos os diversos aspectos discursivos que remetem ao candomblé como sendo uma religião que faz representação aos soteropolitanos e a prefeitura assume, em tal discurso, o papel de enunciador que dá voz a outros enunciadores, compondo assim uma heterogeneidade discursiva.

A escolha das cores e dos demais elementos que farão a composição do conjunto postado pode acontecer de forma aleatória ou a partir de um tema. Evidências da escolha a partir de um tema específico foram as publicações do mês de setembro, nas quais predominavam imagens de flores, remetendo à Primavera, ainda que em Salvador tal estação não fique tão evidentemente florida como as imagens fazem crer (figura 2). Em outubro, a cor que predominava nas imagens era a rosa, em alusão e apoio à campanha do outubro rosa, movimento para estimular a participação da população no combate ao câncer de mama (figura 3).

---

<sup>8</sup> Para (MELO, D.P.; MELO, V.P., [21--?], p 38) "(...)os quali-signos nas formas não representativas possuem apelo puramente qualitativo de cores, texturas, formas casuais, etc. São ambíguas por natureza, não possuem referencialidade."

<sup>9</sup> Segundo (MELO, D.P.; MELO, V.P., [21--?], p 40) "Os sin-signos são em si algo material, real, concreto e representam um objeto por se apropriar de uma parte dele; são índices dos objetos que representam, porque indicam, por similaridade, o universo do qual esse objeto faz parte."

<sup>10</sup> Em (MELO, D.P.; MELO, V.P., [21--?], p 41)" Um legi-signo é uma lei que é um signo. Normalmente, essa lei é estabelecida pelos homens. Todo signo convencional é um legi-signo (porém a recíproca não é verdadeira)."

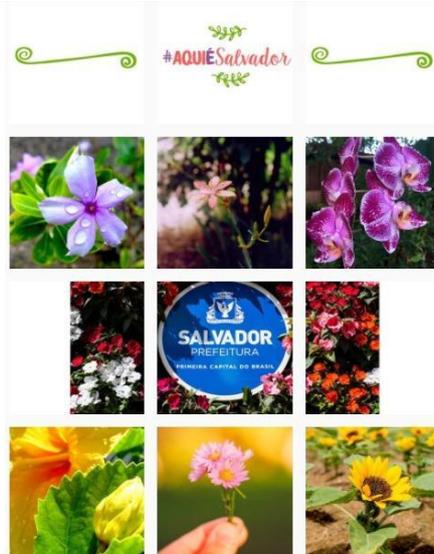


Figura 2: Instagram Prefeitura de Salvador, cubo floral  
Fonte: <https://www.instagram.com/prefsalvador/?hl=pt-br>



Figura 3: Instagram Prefeitura de Salvador, cubo rosa  
Fonte: <https://www.instagram.com/prefsalvador/?hl=pt-br>

Em todas as imagens aparecem elementos que remetem à baianidade<sup>11</sup> - como, por exemplo, o azeite de dendê, o camarão e a pimenta, ingredientes que são muito

<sup>11</sup>CARVALHO (2013, p. 1) conceitua baianidade como “um conjunto de elementos que serviram para definir a Bahia, dentre os quais, os referenciais do seu patrimônio histórico e arquitetônico, sua história, seus elementos mais tradicionais e os elementos mais populares, como sua gente, ou mesmo certo ‘modo’ de vida dos baianos. A música, a

utilizados na culinária baiana - e a um sentimento de pertença à cidade de Salvador, principalmente mediante a apresentação de elementos da cultura e pontos históricos da cidade. Nas fotografias, além dos pontos turísticos (como o farol da Barra e a estátua de Castro Alves na figura 3), há a representação do negro em quase todos os mosaicos, com muitos elementos das religiões de matriz africana. No conjunto de imagens da figura 4, por exemplo, a presença dos quali-signos vermelhos, cor que remete simbolicamente a diversos orixás (como Xangô, Iansã e Exu), é marcante em diversos elementos.



Figura 4: Instagram Prefeitura de Salvador, cubo vermelho  
Fonte: <https://www.instagram.com/prefsalvador/?hl=pt-br>

O sincretismo religioso é representado na figura 4 pela primeira foto - a baiana sorridente, com suas contas vermelhas, brancas e marrons, passando na frente da Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos - e pelas cores usadas neste mosaico, que correspondem tanto à Orixá Iansã, quanto a Santa Bárbara. Como assinala Passos<sup>12</sup> (2008, p. 40), “Muitos filhos-de-santo dizem sonhar com seu orixá Iansã e a imagem que lhes

---

culinária, as festas populares, a figura da baiana de acarajé, os artistas baianos, escritores, de um modo geral, contribuíram para estabelecer um ideal de baianidade.”

<sup>12</sup> Marlon Marcos Vieira Passos, mestre em estudos Étnicos e Africanos da Universidade Federal da Bahia, no ano de 2008.

---

aparece é a de uma jovem mulher, de cabelos longos avermelhados, vestida de vermelho e branco, segurando uma espada idêntica à representação sacra de Santa Bárbara”.

Um outro elemento vinculado a entidade Iansã, que aparece postado, são as pimentas, representando seu temperamento forte, o que se evidencia no poema de Risério<sup>13</sup> (apud PASSOS 2008, p. 40), “Oiá ô Mulher neblina no ar. Oiá, leopardo que come pimenta crua”. A pimenta é um fruto ardente e quente, características relacionadas a Iansã, assim como o principal alimento que lhe serve de oferenda: o acarajé - feito e vendido pelas típicas baianas de turbante branco e saia rodada. Sobre este último alimento, “Acarajé é uma palavra composta da língua iorubá: ‘acará’ (bola de fogo) e ‘jé’ (comer), ou seja, ‘comer bola de fogo’” (Portal Brasil<sup>14</sup>). “Bola de fogo”, que é o significado do “acará”, verificado pelo seu formato e ardência, também caracteriza o sol. Assim, no trecho da música de João do Vale e Luiz Vieira, citada no mosaico ora analisado, “O sol tem rastro vermelho (...) é o mar um grande espelho”, verifica-se a referência à orixá - ratificada ainda pelo ícone de uma mulher de olhos fechados e com uma flor amarela no rosto.

Percebe-se a heterogeneidade de vozes que atravessam o discurso do enunciador (prefeitura) e que contribuem para a formação do ethos da prefeitura de Salvador, como a “primeira capital do Brasil”, sincrética e africanizada. A assunção de uma cor (negra) e sobretudo de uma religião (candomblé) na produção de tal ethos parece-nos um diferencial buscado pela atual gestão e que requer certa ousadia, uma vez que o Estado é laico e qualquer prefeitura deve prezar pela diversidade cultural, étnica e religiosa dos seus cidadãos.

## Conclusão

Na análise do Instagram da gestão atual da prefeitura de Salvador, foi possível observar que o discurso construído nas postagens é de uma autoafirmação do que é a capital da Bahia, tanto pelos elementos visuais quanto pelos elementos textuais, principalmente com o uso da Hashtag “#AquiéSalvador”, que acompanha todas as fotografias.

---

<sup>13</sup> Poema traduzido por Risério, no livro Oriki-Orixá do ano 1996, p. 144, citado por Passos (2008, p. 40)

<sup>14</sup> Retirado de: Portal Brasil. Acarajé é elemento central da cultura afro-brasileira. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2014/08/acaraje-e-elemento-central-da-cultura-afro-brasileira>>. Acesso em: 09 de dez. 2017

Nesse aspecto, a pesquisa foi esclarecedora, pois ela conseguiu mostrar como o novo prefeito da cidade de Salvador, nas redes sociais, busca diferenciar o seu discurso dos discursos produzidos por gestões anteriores, bem como dos enunciados das demais capitais do Brasil, ao sustentá-lo por um modo estético e ao centralizar sua enunciação nas supostas belezas de ser soteropolitano. Retratando Salvador como sinônimo de sol todos os dias, de cores diversas, uma cidade que valoriza sua cultura e tradição, ao dar visibilidade às religiões de matriz africana, o enunciador cria uma imagem de cidade cercada de alegria e encantos.

Porém, é preciso levar em conta que, assim como os candomblés, na cidade de Salvador encontra-se uma diversidade de religiões: protestantismo, espiritismo, budismo, dentre outras. Logo, essa imagem criada pela prefeitura (ethos de um enunciador negro e do candomblé), por não abranger a diversidade e parecer desconsiderar a laicidade do estado, pode produzir sentidos bem diferentes daqueles desejados pela atual gestão. Esta parte da pesquisa (com a recepção), contudo, não estava entre os nossos objetivos e fica registrada aqui apenas como sugestão para um desdobramento futuro do presente estudo.

### **Referências Bibliográficas**

CARVALHO, Anselmo Ferreira Machado. **“Baianidade”, política e a consolidação do turismo na Bahia nas décadas de 1950 a 1970**. Anais do XXVII Simpósio Nacional de História - ANPUH, Natal, julho de 2013.

FIORINDO, P. P. **Ethos: um percurso do Retórica à Análise do Discurso**. Revista Pandora Brasil. O ethos nos estudos discursivos da ciência da linguagem, Meio digital, p. 43 - 56, 15 out. 2012.

FRANÇA, M. Thyago. **Um olhar sobre o conceito de memória discursiva de miche (sic) pècheux**. Interletras. V. 4, n. 1807-1597 16, edição 22, out. 2015, mar. 2016.

GREIMAS, Algirdas J.; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. Trad. Alceu D. Lima, Diana L. P. De Barros, Eduardo P. Cañizal, Edward Lopes, Ignacio A. da Silva, Maria José C. Sembra, Tiekio Y. Miyazaki. São Paulo: Ed. Cultrix, 1979.

LEMOS, A. **Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 25, p. 52-65, jun. 2013.

LÉVY, Pierry. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999 (Coleção trans) 264 p.

MAINGUENEAU, D. **A propósito do ethos**. Trad. Luciana Salgado. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

MELO, Desirée Paschoal de; MELO, Venise Paschoal. **Uma introdução à semiótica peirceana**. 1ª ed. Santa Cruz: Unicentro, [21--?]. Disponível em: <<http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/bitstream/123456789/953/5/Uma%20introdu%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20semi%C3%B3tica%20peirceana.pdf>> Acesso em: 09 de dez. 2017

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 5 ed. Campinas: Pontes, 2003.

PASSOS, Marlon Marcos Vieira. Oyá-Bethânia: **Os mitos de um orixá nos ritos de uma estrela**. 2008. 155f. Dissertação (Mestrado em Estudos Étnicos e Africanos) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker, 2002.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos: semiose e autogeração**. São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004

SILVEIRA, Denise .et al. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009. 120 p.

### Fontes

As tricotomias peirceanas – Classificação dos signos: <<https://www.google.com.br/amp/s/semioticaonline.wordpress.com/2012/08/30/as-tricotomias-peirceanas-classificacao-dos-signos/amp/>> Acesso em: 09 dez. 2017

Instagram. Prefeitura de Salvador. Disponível em:  
<<https://www.instagram.com/prefsalvador/?hl=pt-br> > Acesso em: 09 de dez. 2017

Portal Brasil. Acarajé é elemento central da cultura afro-brasileira. Disponível em:  
<<http://www.brasil.gov.br/cultura/2014/08/acaraje-e-elemento-central-da-cultura-afro-brasileira>>. Acesso em: 09 de dez. 2017