

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Breno Rafael Martins Parreira Rodrigues Rezende

**HIPERGÊNERO E SISTEMA DE HIPERGENERICIDADE:
ANÁLISE DO FUNCIONAMENTO DISCURSIVO DO *FACEBOOK***

Uberlândia

2017

Breno Rafael Martins Parreira Rodrigues Rezende

HIPERGÊNERO E SISTEMA DE HIPERGENERICIDADE: ANÁLISE DO FUNCIONAMENTO DISCURSIVO DO *FACEBOOK*

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos.

Área de concentração: Estudos em Linguística e Linguística Aplicada.

Orientadora: Profª. Drª. Fernanda Mussalim Guimarães Lemos Silveira

Uberlândia

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

R467h
2017 Rezende, Breno Rafael Martins Parreira Rodrigues, 1991-
 Hipergênero e sistema de hipergenericidade: análise do
 funcionamento discursivo do Facebook / Breno Rafael Martins Parreira
 Rodrigues Rezende. - 2017.
 69 f. : il.

Orientadora: Fernanda Mussalim Guimarães Lemos Silveira.
Dissertação (mestrado) -- Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos.
Inclui bibliografia.

1. Linguística - Teses. 2. Análise do discurso - Teses. 3. Gêneros
discursivos - Teses. 4. Facebook (Rede social on-line) - Teses. I.
Silveira, Fernanda Mussalim Guimarães Lemos. II. Universidade Federal
de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos.
III. Título.

CDU: 801

Breno Rafael Martins Parreira Rodrigues Rezende

**Hipergênero e sistema de hipergenericidade: análise do funcionamento discursivo
do Facebook**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos.

Área de concentração: Estudos em Linguística e Linguística Aplicada.

Uberlândia, 28 de julho de 2017.

Banca examinadora

Profª. Drª. Fernanda Mussalim Guimarães Lemos Silveira (Orientadora – UFU)

Profª. Drª. Heloisa Mara Mendes (UFU)

Profª. Drª. Jauranice Rodrigues Cavalcanti (UFTM)

Para Lenice, minha mãe, a pessoa mais importante da minha vida, por colocar sempre minhas necessidades antes mesmo das suas.

AGRADECIMENTOS

À Fernanda, não só pela orientação e por tudo que me ensinou (inclusive, para além do ambiente acadêmico), mas também por se importar, confiar e tranquilizar.

Aos professores, Dr. Dominique Maingueneau, Dr. Sírio Possenti, Dra. Heloisa Mara Mendes, Dra. Ana Carolina Nunes da Cunha Vilela-Ardengui, Dra. Marília Giselda Rodrigues, Dra. Norma Discine e, em especial, Dra. Jauranice Rodrigues Cavalcanti (que, como orientadora de iniciação científica, foi a primeira a ver em mim qualquer talento e determinação para a pesquisa em Análise do Discurso), pelas críticas, leitura e contribuições para este trabalho.

À FAPEMIG, pelo apoio financeiro.

Ao Manuel, meu grande amigo, que tanto se empenhou em me acolher em Uberlândia e aprimorar meu olhar para a análise do *Facebook*, tanto como membro da banca de qualificação, quanto pelas conversas paralelas no “espaço associado”.

Aos amigos e companheiros do CED – Círculo de Estudos do Discurso –, Antônio, Bruno, Érica, Khal, Livia, Lucas, Manuel, Mariana e Pollyanna por toda interlocução e suporte.

Aos professores e funcionários do ILEEL e do PPGEL pelos ensinamentos e pela assistência.

Aos amigos, mais que especiais, recentes ou de longa data, por apoiarem e acreditarem no investimento que faço nesta jornada. Ao Erick, em especial, por ter me apresentado *Quebrando o tabu*.

Aos familiares, em especial a Vó Flora e o Vô José, por ensinarem que, mesmo na diferença, o respeito faz a vida mais coerente.

À Linea que, mais do que tia, é amiga, a melhor pessoa para se dividir um (novo) lar e uma verdadeira “fada madrinha”, pois sempre está disposta a ajudar e, ainda, mais importante, a escutar.

Ao Geraldo e ao Bruno, padrasto e irmão, respectivamente, por se preocuparem comigo e demonstrarem, tão a seu modo, toda proteção que tenho.

À minha querida mãe, Lenice, por fazer da missão de sua vida tirar um sorriso meu; por me envolver em orações todas as noites antes de dormir; por abdicar de sua vida para proteger seus filhos – sem você, eu tampouco existo.

A Deus, por colocar na minha vida pessoas tão iluminadas, que me permitiram aceitar as oportunidades e, sob sua luz, enfrentar as dificuldades.

Ser significa comunicar... O homem não possui um território interior soberano, ele está inteiramente e sempre em uma fronteira; olhando para o interior de si, olha nos olhos do outro ou através dos olhos do outro.

(Mikhail Bakhtin)

RESUMO

A internet, ainda hoje, é vista como um campo de investigação pouco mobilizado pelos pesquisadores que se debruçam sobre as questões de linguagem. Em se tratando da genericidade da Web, as condições de texto, gênero e textualidade se transformam (MAINGUENEAU, 2010). Nesse contexto, a rede social emerge como um objeto interessante de ser analisado. Assim sendo, neste trabalho, proporemos uma análise discursiva da rede social *Facebook*, procurando descrever e categorizar seu funcionamento. No aporte teórico do quadro da Análise do Discurso de linha francesa (AD), mobilizado nesta pesquisa, encontram-se pesquisas muito relevantes para que este campo possa ser estudado. Nesse sentido, valendo-nos dos postulados de Maingueneau (2006; 2008b; 2010), analisaremos como os enunciadores constroem suas identidades discursivas na rede social, analisando três páginas públicas do *Facebook*, a saber: a de *Pão de açúcar*, a da *Folha de S. Paulo* e a de *Quebrando o tabu*. Além disso, procuraremos demonstrar, a partir da análise de comentários postados a uma publicação de *Quebrando o tabu*, como a enunciação de páginas da rede social é recebida por outros usuários-enunciadores. Tendo em vista a complexidade do fenômeno rede social, mais especificamente da rede social *Facebook*, questões teórico-metodológicas se impuseram na análise, o que nos levou a considerar um percurso investigativo para postular o conceito de *sistema de hipergenericidade*. Como resultado, observamos que o que está em jogo para quem enuncia a partir de páginas do *Facebook* é construir uma identidade discursiva que permite semantizar aquilo que é dito e, por meio do compartilhamento, gerir dados de outros domínios da Web que são postos a circular no interior dessa rede social. Por sua vez, isso se dá a partir da relação criada entre as páginas do *Facebook* e outras, que nelas são compartilhadas, segundo restrições de um campo semântico que se apresenta como organizador dos compartilhamentos dessa rede social.

Palavras-chave: internet; *Facebook*; gênero; hipergênero; sistema de hipergenericidade.

RESUMEN

La Internet, aún hoy, es vista como un campo de investigación poco movilizado por los investigadores que se inclinan sobre las cuestiones del lenguaje. A respeto de la genericidad de la Web, las condiciones de texto, género y textualidad se transforman (MAINGUENEAU, 2010). En ese contexto, la red social emerge como un objeto interesante de ser analizado. En este trabajo, proponemos un análisis discursivo de la red social *Facebook*, intentando describir y categorizar su funcionamiento. En el aporte teórico del cuadro de Análisis del Discurso de línea francesa (AD), movilizado en esta investigación, se encuentran investigaciones muy relevantes para que este campo pueda ser estudiado. En este sentido, valiéndonos de los postulados de Maingueneau (2006; 2008b; 2010), analizaremos cómo los enunciadores construyen sus identidades discursivas en la red social, analizando tres páginas públicas del *Facebook*: la del *Pão de açúcar*, la de la *Folha de S. Paulo* y la del *Quebrando o tabu*. Además, procuraremos demostrar, a partir del análisis de comentarios publicados a una publicación de Quebrando el tabú, como la enunciación de páginas de la red social es recibida por otros usuarios-enunciadores.. En vista de la complejidad del fenómeno red social, más específicamente de la red social *Facebook*, las cuestiones teórico-metodológicas se impusieron en el análisis, lo que nos llevó a considerar un recorrido investigativo para postular el concepto de *sistema de hipergenericidad*. Como resultado, observamos que lo que está en juego, para quién enuncia a partir de páginas del *Facebook*, es construir una identidad discursiva que permite semantizar lo que se dice y, a través de la herramienta de compartir, gestionar datos de otros dominios web que se ponen a circular dentro de esa red social. A su vez, esto ocurre a partir de la relación creada entre las páginas del *Facebook* y otras, que en ellas son compartidas, según restricciones de un campo semántico que se presenta como organizador de los recursos de lo que se compartió en esa red social.

Palabras-llave: Internet; *Facebook*; género; hipergénero; sistema de hipergenericidad.

LISTA DE QUADROS

Quadro I	Tipos de gêneros instituídos	19
Quadro II	Indícios de violência verbal nos comentários de <i>Quebrando o tabu</i>	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 Do gênero ao hipergênero e a problemática da rede social	16
1.1. Do gênero ao hipergênero	16
1.2. O <i>Facebook</i> e a diversidade discursiva	23
2 A Web e os “bate-bocas” na rede social	33
2.1. A polêmica discursiva e os comentários da rede social	33
2.2. “Um dispositivo comunicacional que integra o mídium logo de saída”	38
2.3. <i>Facebook</i> : a praça pública do século XXI	42
3 Construindo a noção de <i>sistema de hipergenericidade</i>	52
3.1. O <i>sistema de hipergenericidade</i> : um percurso investigativo	52
4 Considerações finais	66
5 Referências bibliográficas	67
5.1. Bibliografia consultada	69

INTRODUÇÃO

A noção de gênero do discurso, conforme afirma Maingueneau (2006), tem uma natureza radicalmente diversificada. Para esse autor, desde as postulações de Bakhtin em *Os gêneros do discurso* ([1952-3] 2003), toda essa diversidade pode ser reconhecida. No entanto, também afirma Maingueneau, para a Análise do Discurso (doravante AD), tal diversidade impõe um problema: muitos critérios e modelos foram propostos para a análise de gêneros, que se tornou, em função disso, uma categoria “saturada de sentidos”.

A fim de atribuir contornos “mais operacionais” à categoria de gênero do discurso, em suas pesquisas, Maingueneau tem se mostrado preocupado com a questão, oferecendo ao quadro da AD alternativas para que se possa lidar com a diversidade radical que é atribuída à noção. Uma dessas alternativas diz respeito à divisão que o autor propõe entre gêneros instituídos e gêneros conversacionais.

Para o autor, os gêneros instituídos são aqueles que melhor respondem à definição de dispositivo comunicacional sócio-historicamente constituído, uma vez que oferecem mais “estabilidade” para enunciações que deles se originam. Os gêneros conversacionais, por outro lado, são condicionados por coerções mais fracas, submetidas aos gestos de ajuste e de negociação que se impõem a enunciações ligadas a esse tipo de gênero, cuja classificação em categorias “mais estáveis” é dificultada por essa horizontalidade decorrente de sua própria natureza.

Buscando resolver certas dificuldades impostas por enunciações que não se permitem classificar em gêneros (pelo menos aqueles compreendidos como “mais estáveis”), Maingueneau ([1998] 2006; 2008b; 2010) investe no conceito de hipergênero. Para o autor, ao mobilizarmos um hipergênero, é possível compreender como o que é dito é semantizado em condições enunciativas “pouco estáveis”, isto é, como os locutores constroem suas identidades discursivas em enunciações que sofrem coerções sócio-históricas fracas.

Outrossim, Maingueneau (2010) afirma que a categoria de hipergênero pode permitir melhor analisar as páginas da Web. Isso porque, para o autor, elas podem ser tomadas como “legítimos” exemplares de hipergêneros, pois o que está em jogo, para os usuários da Web, é construir uma identidade discursiva atestada pelas cenografias que são mobilizadas/construídas na enunciação.

Tendo em vista como a internet transforma, segundo Maingueneau, as concepções de gênero e de textualidade de um mundo no qual o impresso prevalecia, a categoria de hipergênero, nesta pesquisa, mostra-se muito relevante: a partir dela, como demonstraremos em análise, foi possível verificar como as cenografias mobilizadas por páginas do *Facebook* permitem que se construam diferentes identidades para cada uma dessas páginas. Para a análise da construção dessas identidades, selecionamos três páginas públicas¹ dessa rede social, a saber: a página da rede de supermercados *Pão de açúcar*, a página do jornal *Folha de S. Paulo* e a página de um canal de notícias/entretenimento intitulada *Quebrando o tabu*.

No entanto, ao longo dessa investigação, o conceito de hipergênero impôs restrições para que pudéssemos analisar a natureza discursiva da rede social *Facebook*. Explicaremos, a seguir, em que sentido isso se deu.

A rede social *Facebook* é, nesse segmento, aquela que mais conta com usuários inscritos no mundo, sobretudo no Brasil. Em função disso, são muito diversas as enunciações que são postas a circular. Tal característica parece fazer dessa rede social uma espécie de “janela virtual do mundo”, através da qual tudo que está no domínio da Web pode ser acessado e relacionado.

Nesse movimento de “construir relação com”, o *Facebook* faz convergir para seu interior tudo que se produz de discurso na Web e se mostra como um potencial espaço de coleta de dados. A página oficial dessa rede social no Brasil demonstra preocupação com a ideia de ter o mundo todo conectado por ela, uma vez que assume como missão

dar às pessoas o poder de compartilhar informações e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado. Milhões de pessoas usam o *Facebook* para compartilhar um número ilimitado de fotos, links, vídeos, e conhecer mais as pessoas com quem você se relaciona².

Em função da posição em que o próprio *Facebook* se coloca, de “janela que conecta todo o mundo”, as restrições em relação à noção de hipergênero se apresentaram: não se trata apenas de um domínio da Web em que se podem, a partir de cenografias, instituir identidades discursivas capazes de permitir semantizar aquilo que

¹ Ou seja, que não impõem restrição de acesso a nenhum usuário da internet, pois, ainda que não se tenha uma inscrição no *Facebook*, é possível acessar as publicações feitas por páginas públicas no domínio da rede social.

² Cf. goo.gl/Sy5AJL – acesso em 10/04/2017.

é dito, mas de como as unidades que são convergidas para dentro da rede social operam para a manutenção de cada identidade discursiva com que se relacionam.

Um elemento que atesta esse mecanismo de convergência de unidades da Web para essa rede social é a ferramenta de “compartilhar” prevista pelo suporte técnico do *Facebook*. Por meio dessa ferramenta, é possível fazer entrar outros dados da Web – como uma notícia, uma imagem, uma charge, etc. –, de outros domínios da internet, nas páginas dessa rede social. Não obstante, o compartilhamento não é sem margens, pois cada página, em função de um modo específico de mobilização de aspectos de um campo semântico, gera aquilo que pode ou não ser compartilhado, a fim de garantir e legitimar sua própria identidade.

Com base nisso é que apresentou-se como necessária uma ampliação da noção de hipergênero, que permitisse relacionar as identidades discursivas instituídas pelas cenografias mobilizadas pelas páginas do *Facebook* e as unidades que nelas são compartilhadas, a depender das restrições estabelecidas pelo campo semântico que as integra.

Para abordar a complexidade desse fenômeno, postulamos o conceito de *sistema de hipergenericidade*. Para demonstrarmos a sustentabilidade dessa hipótese, analisamos compartilhamentos das três páginas mencionadas anteriormente, construindo um percurso que permitisse estabelecer quais (e como) são as regras de funcionamento discursivo que regem as relações que as páginas do *Facebook* estabelecem com aquilo que nelas é compartilhado.

No que diz respeito à organização desta dissertação, três capítulos capítulos foram produzidos. No primeiro, intitulado *Do gênero ao hipergênero: a problemática da rede social*, apresentaremos os conceitos de gênero do discurso e de hipergênero, da perspectiva de Dominique Maingueneau, e analisaremos, com base nesses conceitos, a constituição das identidades discursivas de três páginas públicas do *Facebook*: as páginas de *Pão de açúcar*, *Folha de S. Paulo* e *Quebrando o tabu*.

No capítulo II, intitulado *A Web e os “bate-bocas” na rede social*, consideraremos a categoria de mídium (MAINGUENEAU, 2008a) na análise que realizamos dos comentários que uma postagem de *Quebrando o tabu* recebeu, buscando verificar se as cenografias construídas por/nessa página são recebidas como a cena de fala que encenam e, também, em que medida as coerções midiológicas impostas pela Web configuram o tom violento de vários desses comentários.

Por fim, no terceiro capítulo, intitulado *Construindo a noção de sistema de hipergenericidade*, apresentaremos o percurso que nos levou a considerar a proposição do conceito de sistema de hipergenericidade, tomando como evidência de seu funcionamento a recorrência do compartilhamento de dados de outros domínios da Web no *Facebook*, num processo de convergência que integra tudo o que é compartilhado à identidade discursiva de cada página.

Em relação aos procedimentos metodológicos de tratamento dos dados que analisaremos ao longo dos três capítulos, evocamos duas posições: a de M. Pechêux ([1983] 1990) e a de Maingueneau (2008c).

Seguindo Maingueneau, o tratamento metodológico do *corpus* deve partir de hipóteses fundamentadas na história e em um conjunto de textos, de modo que a análise poderá confirmar ou não as hipóteses estabelecidas. Desse ponto de vista, considera-se que o imbricamento entre texto e contexto, entendidos pelo autor como discurso e condições de produção, é radical, o que implica que o texto seja sempre analisado enquanto prática de sujeitos inscritos em instâncias sociais e nunca como materialidade autônoma. Os textos coletados na rede social *Facebook* serão, pois, analisados dessa perspectiva, procurando observar o funcionamento desse lugar de produção discursiva.

Reportando-nos ao ponto de vista pecheutiano, assumimos também que uma análise discursiva deve implicar movimentos de alternância entre os gestos de descrição e de interpretação do *corpus*, sem se considerar os dois gestos como indiscerníveis. Não se trata, pois, de uma metodologia que prevê uma sequencialidade entre os dois movimentos de análise, seguindo um movimento de descrição e posterior interpretação. Desta abordagem metodológica, que ora assumimos, analisar um *corpus* é ao mesmo tempo descrever sua materialidade histórica e explicar seu funcionamento. Nesse contexto, é importante ressaltar que o analista do discurso se posiciona frente a um gesto de interpretação, o que não implica uma interpretação sem margens, mas condicionada, entre outras coisas, valendo-nos de uma expressão do próprio Pechêux (1990), pela posição teórica de onde o pesquisador se põe a “ler os textos”.

Capítulo I

Do gênero ao hipergênero: a problemática da rede social

1.1. Do gênero ao hipergênero

Em *Discurso literário* (2006), Dominique Maingueneau tece importantes considerações sobre o quadro genérico mobilizado na enunciação. Apesar de o autor, nessa obra, dedicar-se a refletir sobre a problemática do gênero envolvida nas especificidades implicadas pelo discurso literário (considerado por ele como um discurso constituinte), assumimos que suas postulações são bastante relevantes para a discussão que proporemos neste capítulo.

De acordo com Maingueneau, a AD demonstra amplo interesse pela categoria, colocando-a no centro de suas preocupações. Segundo ele, a razão do interesse que a AD demonstra pela noção diz respeito ao fato de que o gênero “não apreende os lugares independentemente das palavras que autorizam (contra a redução sociológica), nem as palavras independentemente dos lugares de que são parte integrante (contra a redução linguística)”³ (MAINGUENEAU, 2006, p. 233). Conforme esclarece, no entanto, o trabalho dos analistas do discurso com a categoria deve distinguir as tipologias de gênero que vêm dos “usuários” das que são elaboradas por pesquisadores.

A noção de gênero tem uma ampla história de categorizações científicas que culminaram na elaboração de muitas tipologias; Maingueneau lista uma série de critérios que se desenvolveram ao longo do tempo para a análise do gênero. Esses critérios são de diversas ordens: linguísticos, funcionais, situacionais e discursivos (que combinam traços das características dos critérios anteriores). Maingueneau também afirma que a natureza dos gêneros implica a consideração de sua constante evolução, do modo como a sociedade evolui, uma vez que qualquer modificação significativa em seu estatuto material pode transformá-los profundamente.

Maingueneau ainda critica a generalização pela qual a categoria de gênero passou. Segundo ele, essa categoria tem sido tomada como conjuntos de enunciados produzidos em sociedade, e tal generalização advém da forte influência das ideias da etnografia da comunicação de Bakhtin e, mais amplamente, das correntes da Pragmática. Ainda assim, o analista reconhece que a teorização de Bakhtin permitiu a

³ Maingueneau (2012) define a redução sociológica como eventos que tornam possível a enunciação, e a redução linguística como a reflexão sobre o texto independentemente dos eventos de que participam.

compreensão de que a comunicação verbal implica a existência de gêneros de discurso e que foi a partir dela que se propuseram diversos modelos e parâmetros para a análise da categoria, tais como a finalidade, o estatuto dos parceiros, o plano textual, o uso da língua, entre outros.

Segundo o autor, a AD tem constantemente privilegiado análises em torno de um único tipo de dado (da conversação, da mídia, da literatura, etc.), o que coloca, para a área, um problema, já que tal “predileção” dificulta o reconhecimento radical da diversidade das produções verbais. Em contrapartida, ressalta que a Antiguidade deu à noção de gênero um caráter heterogêneo que se alimenta de duas tradições: a da poética e a da retórica que reivindicam a filiação aristotélica. O declínio da retórica, entretanto, operou consequências sobre a noção de gênero como conjunto de atividades verbais. Em função disso, a AD se volta hoje para uma categoria saturada de sentidos.

Maingueneau propõe distinguir os gêneros do discurso em dois tipos: *gêneros instituídos* e *gêneros conversacionais*. Para o analista, embora nesses dois regimes existam práticas verbais fronteiriças, eles obedecem a lógicas distintas. Os gêneros conversacionais não mantêm estreita relação com lugares institucionais e tampouco oferecem papéis e roteiros relativamente estáveis; sua composição e sua temática são geralmente bastante instáveis, e seu quadro se transforma de maneira incessante, já que, sobre a enunciação, operam coerções “locais” e “horizontais”, entendidas pelo estudioso como estratégias de ajuste e negociação que se impõem sobre os interlocutores; esse modo de funcionamento coloca dificuldades para a categorização das interações comunicacionais em gêneros bem delimitados. Nas palavras do autor:

(...) perguntar se uma conversa entre colegas no local de trabalho é do mesmo “gênero” que uma conversa entre esses mesmos indivíduos quando se encontram na rua é bem diferente de perguntar se uma reunião do conselho de administração e um curso universitário são dois gêneros distintos (MANINGUENEAU, 2006, p. 238).

Observa-se que os gêneros conversacionais não se realizam à maneira como, a rigor, realizam-se os gêneros muito estáveis. Trata-se, na verdade, de situações de comunicação instáveis, que podem sofrer ajustes a qualquer interpelação de um dos interlocutores, sem que para elas se possa estabelecer uma “fórmula” *à priori*.

Isso não ocorre com os gêneros instituídos, que, segundo Maingueneau, podem ser subdivididos em *gêneros rotineiros* e *gêneros autorais*. De acordo com o autor, os gêneros autorais são geridos pelo próprio autor e eventualmente por um editor. O caráter

autoral desse tipo de gênero se manifesta por meio de uma indicação paratextual, como um título ou um subtítulo, que pode indicar como o texto deve ser lido, atribuindo um “rótulo” à obra (“meditação”, “ensaio”, “manifesto”, etc.). Segundo Maingueneau, esse tipo de gênero é comum a certos tipos de discurso, como o literário, o filosófico, o religioso, o político, o jornalístico, etc., e ele impõe um quadro de comunicação específico para o texto que engloba.

Por sua vez, Maingueneau afirma que os gêneros rotineiros são os preferidos dos analistas do discurso, talvez pelo fato de que são eles os que melhor respondem à definição de gênero como dispositivo de comunicação sócio-historicamente constituído. Segundo o estudioso, esses gêneros estabelecem, *a priori*, os papéis desempenhados pelos interlocutores, papéis que se mantêm do início ao fim do ato de comunicação. A fonte desses gêneros instituídos rotineiros não interessa para os usuários, embora se possa pesquisar quem fez o primeiro jornal diário, a primeira receita médica, etc. Na verdade, ainda de acordo com o autor, o interesse por esse tipo de gênero recai sobre as coerções ligadas a uma atividade verbal desenvolvida numa dada situação social.

Em relação ao fato de os analistas do discurso demonstrarem predileção pelos gêneros rotineiros, Maingueneau afirma que esses pesquisadores comumente “optam” por relegar os gêneros autorais aos estudiosos da literatura ou da filosofia, por exemplo. No entanto, para ele, isso é retornar à divisão da estética romântica entre textos “intransitivos”, que expressam uma “visão de mundo” de uma individualidade criadora, e textos “transitivos”, cujo prestígio é bem menor e que são regulados segundo as necessidades da vida social. Para o autor, o importante é considerar os gêneros instituídos em toda sua diversidade, levando-o, assim, a classificar esses gêneros em quatro tipos. A seguir, apresentamos um quadro que esquematiza a divisão tipológica que Maingueneau (2006) postula em torno dos gêneros instituídos:

Quadro 1 – Tipos de gêneros instituídos

TIPOS DE GÊNEROS INSTITUÍDOS	CARACTERÍSTICAS	EXEMPLOS
Tipo um	<p>admitem pouca ou nenhuma variabilidade;</p> <p>é exercido forte controle sobre eles;</p> <p>sua caracterização é dada por fórmulas ou esquemas compostoriais;</p> <p>participantes praticamente intercambiáveis;</p> <p>impossibilidade em falar de “autor” para esse tipo de gênero.</p>	<p>carta comercial, guia telefônico, formulários burocráticos, atos notariais, contatos entre os aviões e a torre de controle, etc.</p>
Tipo dois	<p>“permitem” que os locutores produzam textos mais individualizados, mesmo que estejam sujeitos às normas formais de parâmetros do ato comunicacional;</p> <p>seguem em geral uma cenografia preferencial, esperada.</p>	<p>tele jornais, <i>fait divers</i>, guias de viagem, etc.</p>
Tipo três	<p>não implicam uma cenografia preferencial;</p> <p>sua natureza geralmente incita a inovação.</p>	<p>propagandas, canções, programas de televisão, etc.</p>
Tipo quatro	<p>necessariamente gêneros autorais;</p> <p>seu quadro de comunicação é imposto pelo locutor, a partir de rótulos que produzem uma “etiquetagem” aos textos, através de denominações como “meditação”, “manifesto”, “utopia”, “relato”, etc.</p>	<p>“Ensaio sobre a cegueira” de José Saramago; “Meditação sobre o Tietê” de Mário de Andrade⁴.</p>

Como se pode observar, Maingueneau demonstra preocupação pela maneira segundo a qual os gêneros têm sido estudados. A divisão a que o autor procede é importante para a teoria, uma vez que esta se preocupa constantemente com *corpora*

⁴ Os outros exemplos que listamos no **Quadro 1** foram apresentados por Maingueneau (2006), mas nos valemos também desses outros dois exemplos a fim de tornar mais “visível” a “etiquetagem” dos gêneros instituídos de tipo quatro.

muito diversos que acabam por impor problemas a serem resolvidos pelos diversos trabalhos que se desenvolvem sob a “tutela” do quadro de AD com que o autor trabalha.

Não obstante, outra categoria postulada por Maingueneau ([1998] 2006; 2008a; 2010) parece implicar questões teóricas para esse quadro e, dados os objetivos assumidos nesta pesquisa, interessa-nos especialmente; trata-se da noção de *hipergênero*.

Maingueneau introduz a categoria de hipergênero em *Scénographie épistolaire et débat public*, artigo publicado em obra organizada por J. Siess (*La lettre entre réel et fiction*) de 1998. Em 2008, o artigo de Maingueneau fora traduzido por Décio Rocha e integra um dos capítulos de *Cenas da enunciação* (2008a), obra publicada pela editora Parábola, no Brasil. Nesse texto, ao analisar categorias como carta e diálogo, o analista verificou que elas se organizam em estruturas genéricas que apresentam restrições fracas e que, além disso, mantêm relação íntima com a conversação. De acordo com o autor, tanto a carta como o diálogo podem veicular qualquer tipo de conteúdo e se prestam a situações de comunicação muito variadas, “explorando de maneiras diferentes esta forma básica da comunicação que é a troca de indivíduo a indivíduo” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 122). Em função dessas características, a carta e o diálogo não são categorias tomadas por Maingueneau como gêneros, mas sim como hipergêneros.

Posteriormente, o conceito de hipergênero é retomado pelo autor em *Discurso literário* (2006) e parece receber “contornos” que possibilitam uma maior operacionalidade para que se possa analisar textos segundo tal conceito. Nessa obra, Maingueneau afirma que os hipergêneros são estruturas que permitem “formatar” o texto. Isto é, são estruturas que permitem organizar diferentes encenações de fala que podem ser encontradas em diferentes épocas e lugares. Nas palavras do autor:

[O hipergênero] trata-se de categorizações como “diálogo”, “carta”, “ensaio”, “diário”, etc. que permitem “formatar” o texto. Não se trata, diferentemente do gênero do discurso, de um dispositivo de comunicação historicamente definido, mas um modo de organização com fracas coerções que encontramos nos mais diversos lugares e épocas e no âmbito do qual podem desenvolver-se as mais variadas encenações da fala (MAINGUENEAU, 2006, p. 244).

Para Maingueneau, como se vê, o hipergênero não pode ser tomado como um dispositivo de comunicação sócio-historicamente definido, como é o gênero do discurso

(especialmente aqueles que são classificados pelo autor como gêneros instituídos), mas como um modo de organização da fala que sofre coerções enunciativas mais fracas. Isso porque quando a enunciação se origina de um dispositivo sócio-históricamente definido, como é o caso do gênero do discurso, entre outras coisas, é (quase) possível entrever como serão preenchidos os papéis dos interlocutores na enunciação em curso. No entanto, de acordo com Maingueneau, quando um hipergênero é mobilizado na enunciação, o que está em jogo é como o que é dito é semantizado, ou seja, o modo de dizer e de formatar os conteúdos que são enunciados.

Segundo o autor, ao longo da história, alguns hipergêneros podem ser tomados como bons exemplares dessa categoria. O diálogo, por exemplo, durante o século XVI, foi mobilizado como forma privilegiada do debate de ideias; a carta, por outro lado, assumiu esse lugar ao longo do século XVII. Não obstante, o que o autor verificou é que ambas as categorias permitem “formatar” os mais diversificados conteúdos em um texto. No entanto, o hipergênero, ainda de acordo com o analista, não pode ser tomado como mero molde para conteúdos independentes dele; a encenação da fala do enunciador instaura o quadro de comunicação por meio do qual a enunciação é semantizada.

Em *Hipergênero, gênero e internet* (2010), Maingueneau assume que os *websites* podem ser analisados segundo o conceito de hipergênero. Para o autor, a internet opera mudanças significativas na maneira como os gêneros eram compreendidos em um mundo no qual o impresso prevalecia. Em virtude dessas mudanças impostas pela internet, o analista afirma que a Web “não é apenas o lugar onde aparecem novas formas de genericidade: ela transforma as condições de comunicação, o que se considera gênero, e a própria noção de textualidade” (MAINGUENEAU, 2010, p. 132). Com base nisso, o analista afirma que as condições clássicas da noção de gênero são diferentes na internet.

Segundo Maingueneau, dois movimentos convergentes podem ser observados a partir das coerções comunicacionais que a Web impõe. O primeiro deles diz respeito ao fato de que as coerções genéricas, com o advento da internet, estão se tornando mais fracas. Tal afirmação, para o autor, pode ser explicada com base na noção de que todas as unidades comunicacionais da Web são da mesma ordem, são *websites* submetidos “a uma larga escala de restrições técnicas” (*op. cit.*, p. 133, grifo nosso). O segundo movimento diz respeito à hierarquia da cena de enunciação que abarca *cena englobante*, *cena genérica* e *cenografia*. Na Web, a cenografia, em detrimento das outras cenas,

passa a ter papel central, uma vez que o que se está em voga é encenar a comunicação de acordo com as estratégias de seus produtores.

Em relação às três instâncias da cena de enunciação, de acordo com Maingueneau (2008a; 2008b), a cena englobante diz respeito ao tipo de discurso (religioso, literário, publicitário, etc.); a cena genérica refere-se ao gênero do discurso ao qual o enunciado pertence (propaganda, notícia, carta); mas a cenografia não é imposta pelo tipo, e tampouco pelo gênero do discurso; ela é construída no e pelo próprio discurso.

Ainda de acordo com Maingueneau (*op. cit.*), ao deparar-se com uma cenografia o leitor estará sob “ameaça” de “uma armadilha”. Isso porque a cenografia imposta pelo discurso “dissimula” uma cena de fala da qual o texto se origina. Um exemplo do próprio autor são os libelos jansenistas que circularam na França do século XVI sob a cenografia de “carta”. No entanto, para o analista, qualquer que seja a cenografia, ela não implica a alteração da cena genérica: a função social acusatória do libelo foi mantida para o leitor “ameaçado” pela “armadilha”.

Outrossim, para o analista, a cenografia é construída para validar o discurso, de modo que sua escolha não é indiferente. Em um movimento convergente, a cenografia, que é imposta desde o início pelo discurso, é legitimada ou não pela própria enunciação. Segundo Maingueneau (2008a, p. 117), “é necessário que [o discurso] faça seus leitores aceitarem o lugar que ele pretende lhes atribuir nessa cenografia e, de modo mais amplo, no universo de sentido do qual ele participa”, de modo que a cenografia vai legitimando e sendo legitimada pelo discurso.

Em *Discurso e análise do discurso* (2015), Maingueneau ainda distingue duas modalidades da cenografia: endógena e exógena. De acordo com o analista, a cenografia endógena pode ser caracterizada pela convergência da cena genérica e da cenografia. Neste caso, não há superposição de uma “cenografia” à cena genérica efetiva de que o discurso se origina. Nessa modalidade endógena da cenografia, é possível verificar que existem gêneros que são menos suscetíveis a uma variação cenográfica, como os manuais de instrução ou as bulas farmacêuticas. Diferentemente, a cenografia exógena resulta da importação de outra cena genérica que se superpõe à cena genérica efetiva: é o caso de gêneros que são mais suscetíveis a variações cenográficas, como os gêneros literários e os da publicidade, por exemplo.

Em relação à sua hipótese, de que os *websites* podem ser analisados segundo o conceito de hipergênero, Maingueneau (2010), para sustentá-la, analisa dois blogs. Em

sua análise, o autor verifica que a estrutura arquitetônica e o suporte físico de ambos os sites são basicamente os mesmos (os recursos gráficos de formatação dos blogs são idênticos – é possível alterar apenas os esquemas de cores de cada página, as fontes dos textos publicados, o *background*, etc.), uma vez que eles dependem das mesmas ferramentas gráficas impostas pelos desenvolvedores⁵ que os hospedam na Web. Essa restrição técnica que a internet impõe é tomada pelo analista como um forte indício para comprovar a hipergenericidade de cada site, já que as restrições técnicas impostas pela internet “obrigam” que os enunciadores construam cenografias para instituirem a identidade discursiva de suas páginas. É nesse sentido que as noções de hipergênero e cenografia, nesse processo de teorização estabelecido por Maingueneau, devem ser tomadas de maneira inextrincável, uma vez que, do ponto de vista discursivo, o conceito de hipergênero, por si só, não é suficiente para descrever/explicar processos relevantes envolvidos na discursivização. É o conceito de cenografia que possibilita a abordagem dos processos enunciativos que configuram as identidades discursivas. Assim, considerar apenas a noção de hipergênero implica reduzir a noção de texto/discurso à “estrutura”, já que, no quadro proposto pelo autor, é no nível da cenografia que se encenam as inscrições dos enunciadores. Desse modo, para Maingueneau, a escolha da cenografia é sempre significativa e implica transformações sociais. Definir a cenografia permite ao locutor impor um quadro de comunicação, colocando em voga o sentido de sua própria atividade semiótica, a imagem dos parceiros, a inter-relação entre eles, etc. Para o autor, a cenografia, nesse sentido, é responsável por criar uma identidade discursiva para os blogs, visto que eles não podem diferenciar-se entre si pela estrutura formal dos textos que neles são publicados.

O conceito de hipergênero formulado por Maingueneau, nesse sentido, possibilita avanços para o quadro de análise de discurso que mobilizamos nesta pesquisa: através dele, é possível verificar os sentidos que emergem da enunciação que se origina de textos que sofrem restrições sócio-históricas fracas. O conceito de hipergênero, com base no que foi discutido até aqui, poderia, a princípio, “dar conta” dos dados provenientes da rede social *Facebook*, uma vez que nessa rede é também possível constatar a mobilização de diferentes cenografias na construção de identidades discursivas de diversas páginas, como buscaremos demonstrar a seguir.

⁵ No Brasil, podemos criar *blogs* a partir da hospedagem do *Uol* e do *Blogspot* (administrado pelo *Google*), por exemplo.

1.2. O Facebook e a diversidade discursiva

Ao analisar diferentes blogs, Maingueneau (2010) observa que cada site tem em si um estatuto comunicacional bem definido: o blog de uma prostituta, por exemplo, apesar de construir em/por seu discurso uma encenação de diário pessoal, tem por objetivo expor o serviço que nele se anuncia; o blog de um time de futebol, por outro lado, tem por objetivo expor os dados técnicos, notícias e etc. que envolvem o time para seus eventuais torcedores. Como já dito na seção anterior, nessa análise, a conclusão a que o analista chega é a de que, embora a arquitetura de cada site seja a mesma, a identidade de cada um deles é criada segundo a cenografia que eles controem para tentar validar seus discursos, de acordo com o objetivo comunicacional de cada um deles.

Algumas características do hipergênero que são postuladas por Maingueneau (2006; 2008b; 2010) podem também ser verificadas nas enunciaçãoes que são construídas no *Facebook*. A unidade entre todas as páginas inscritas no *Facebook* é dada segundo as restrições técnicas – comuns a todas as unidades comunicacionais da Web⁶ – que são impostas aos usuários para que eles possam proceder às suas publicações: os elementos gráficos e as ferramentas disponíveis para a produção de texto são as mesmas de página para página.

O caráter formal de que a arquitetura das páginas do *Facebook* dispõe é ainda mais acentuado do que o dos blogs analisados por Maingueneau (2010): nessa rede social, não é possível aos enunciadores escolher um *background* específico, ou ainda um esquema de cores alternativo para a elaboração de uma identidade gráfica de cada página, tampouco as fontes dos textos que se publica, como ocorre no caso dos blogs. No *Facebook* existe um esquema de cores “neutras”, que tem como núcleo diferentes tons de azul e branco, que é imposto a quem publica nessa rede social, como se pode observar na captura de tela que apresentamos em (1):

⁶ Aqui entendidas como qualquer dado da Web, como uma página, uma notícia, uma imagem, etc.

(1)



Em (1) apresentamos a tela de *login* (página de entrada) da rede social *Facebook* (que pode ser acessada no domínio virtual *facebook.com*). Nessa tela já é possível verificar a estrutura arquitetônica que os usuários da rede têm à disposição: o esquema de cores “neutras”, certos tipos de fontes da letra, etc. Essa arquitetura formal (que sofre restrições técnicas impostas pelas ferramentas disponibilizadas pelo desenvolvedor do *Facebook*) pode ser observada em diferentes publicações, que circulam no interior da rede, de diferentes páginas, que se prestam a diferentes objetivos, e ela introduz um aspecto de unidade ao que é posto a circular no interior do *Facebook*.

Em virtude disso, cada página, assim como em outros sites (a exemplo, tomemos o caso dos blogs), depende da constituição de cenografias específicas que podem permitir verificar a identidade discursiva de cada uma delas. Uma das páginas que selecionamos para apresentar quais são as especificidades formais que o *Facebook* impõe é a página de uma conhecida rede de supermercados, que tem várias filiais em alguns estados do Brasil: a rede *Pão de açúcar*.

Em geral, as páginas da rede têm a mesma estrutura: uma foto de “perfil” e uma “foto de capa” (o dado a que primeiro se tem acesso no topo de uma página ao acessá-la); um nome atribuído à página; um espaço reservado aos dados relativos à empresa ou à pessoa “responsável” pela página; um espaço para as fotos e vídeos publicados pelo usuário; espaços variáveis de “links” que o *Facebook* “aceita” com outras redes sociais (como *Instagram*, por exemplo); uma linha do tempo onde são postadas as publicações de determinada página ao longo do período de assinatura de uma conta na rede:

(2)



Como se pode verificar em (2), a arquitetura das páginas é condicionada (com pouca variação) ao esquema descrito anteriormente, dando ao usuário da rede social poucas opções de “diferenciar-se” graficamente de outras páginas; impondo um padrão formal a partir do qual os usuários podem publicar os conteúdos que lhes parecerem “oportunos”.

Respondendo a esses limites estabelecidos, *a priori*, pelo *software* desenvolvido pelo *Facebook*, a identidade de cada página é construída segundo fatores de duas ordens: i) pelas imagens que funcionam como avatares das páginas, pelas fotos de perfil e de capa, além do nome e descrição que seus administradores lhes auto-atribuem; ii) pelas cenografias criadas pelos enunciadores nas publicações dessas páginas em suas próprias linhas do tempo.

A página do *Pão de açúcar*, por exemplo, recorrentemente se vale desse espaço de publicações que é a rede social para fazer circular textos que promovam a própria marca e os produtos que disponibiliza para seus clientes. Isso pode ser atestado, já de início, pela categoria em que se inscreve na rede (verificável pela descrição “mercadoria de consumidor e varejo” abaixo do nome da página em (2)), mas também por meio de suas publicações, em que geralmente são construídas cenografias que encenam gêneros do tipo de discurso publicitário, assim como exemplificado em (3):

(3)⁷



Segundo Maingueneau (2010), a análise dos hipergêneros implica levar em conta outra característica dos *websites*, que é justamente sua natureza icônica. Para o autor, eles podem ser considerados “iconotextos” por duas razões: i) porque os sites não são mais “fala”, são imagens na tela de um computador; ii) porque (inúmeras vezes) integram texto verbal e foto. Essa natureza “icônica” dos *websites* pode ser observada em (3), que alia uma foto a um texto verbal para criar a cenografia de “anúncio publicitário” que *Pão de açúcar* faz circular no *Facebook*.

No exemplo apresentado, é possível observar a presença da descrição de um produto, “kino” (“uma fruta originária da África, da mesma família do melão e do pepino. Seu sabor, inclusive, lembra bastante o do pepino, por isso não costuma ser consumido in natura”), seguida da indicação de que o consumidor só pode adquiri-lo em uma das lojas da rede *Pão de açúcar*. Esse texto verbal é publicado em conjunto com uma foto da fruta, produto sobre o qual se faz uma “propaganda”, e parece construir para o leitor uma cenografia de “anúncio publicitário”, como se a página do *Facebook* servisse de “outdoor” para uma enunciação que pretende promover o que o *Pão de açúcar* dispõe para seus clientes. Essa cenografia também é construída com a ajuda de um *slogan* (tipo de enunciado que é recorrente no campo da publicidade) da marca, que figura no rodapé da foto em (3): “Pão de açúcar, especialista em fazer você feliz”. Além disso, a possibilidade de mesclar imagem e texto verbal, por meio de edições de fotos

⁷Disponível em: goo.gl/t5Aw3V – acesso em: 14/06/2016.

através do uso de programas de design gráfico, reforça ainda mais o caráter acentuado de iconicidade que a Web engendra, já que esses programas possibilitam inscrever textos verbais sobre a foto que se visa publicar, como é o caso do *slogan* inscrito na imagem que figura no exemplo analisado.

No conjunto da página, de modo geral, é possível observar a construção de uma cenografia de “panfleto de supermercado” que dispõe de “anúncios” sobre produtos, ofertas, ações e eventos que a marca patrocina/apoia. Essa cenografia é legitimada pelo tipo de discurso publicitário que, a fim e a cabo, é encenado, o que pode ser visto nas publicações da página, como a que apresentamos em (3).

Diferentemente, a página de um jornal de grande circulação no Brasil, a *Folha de S. Paulo*, constrói suas publicações na rede social por meio do compartilhamento de notícias publicadas na versão on-line do periódico (www.folha.uol.com.br). O compartilhamento é outra ferramenta de que todas as páginas do *Facebook* dispõem: por meio dela é possível circular na rede notícias de outros sites, vídeos, entre outros diversos tipos de texto através do *hipertexto*⁸. Vejamos, então, uma “publicação”, que tomamos como exemplar, da página da *Folha* no *Facebook*:

(4)⁹



⁸ Em *Tipos de texto, modos de leitura* (2001), Paulino *et. al.* define a palavra *hipertexto* como um conceito de linguagem da internet, que designa um conjunto de nós conectados entre si. Segundo as pesquisadoras, esses nós têm natureza de diversas ordens: palavras, efeitos sonoros, vídeos, páginas de outros websites, entre outros, podendo cada um deles ser outro conjunto de hipertexto. Esses nós, por sua vez, ainda de acordo com as estudiosas, podem ser acessados através dos *hiperlinks*, uma espécie de “endereço eletrônico” embutido em imagens, títulos, palavras, etc.

⁹ <https://goo.gl/PAVYfqcontent> – Acesso em: 18/07/2016.

Na captura de tela apresentada em (4), observamos um iconotexto que engloba a foto de um engarrafamento, o nome da página em que a notícia foi compartilhada e a manchete que a *Folha* atribuiu a tal notícia: “Com Uber liberado, Congonhas tem fila dupla e engarrafamento de 2km”, além da referência explícita de que se trata de uma matéria publicada pelo site de tal periódico (“via *Folha Cotidiano*”). Ao clicar na imagem, criada a partir do compartilhamento de uma notícia do jornal, o leitor é levado, através do *hiperlink*, para a página da notícia on-line da *Folha*:

(5)

The screenshot shows the homepage of Folha de S.Paulo. At the top, there's a navigation bar with links for 'Login', 'Assine a Folha', 'Atendimento', and 'Versão impressa'. The main title 'FOLHA DE S.PAULO' is prominently displayed with the subtitle 'UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL'. Below the title, it says 'SEGUNDA-FEIRA, 18 DE JULHO DE 2016 13:42'. The menu bar includes 'Séções', 'Opinião', 'Política', 'Mundo', 'Economia', 'Cotidiano', 'Esporte', 'Cultura', 'F5', 'Sobre Tudo', and a weather forecast for São Paulo ('15°C'). Below the menu, there's a 'Últimas notícias' section with the headline 'Principal cavaleiro'. The main content area features a large image of a busy airport terminal with many cars and people, captioned 'Processando solicitação...'. The headline of the news article is 'Com Uber liberado, Congonhas tem fila dupla e engarrafamento de 2 km'. To the right, there's a sidebar with a book advertisement for 'Exodus' by Sébastião Salgado.

Como se pode observar, a mesma manchete e imagem que figuram no compartilhamento da rede social estão presentes na notícia da *Folha* on-line. Em geral, as publicações da página do *Facebook* da *Folha de S. Paulo* apresentam a mesma característica: notícias compartilhadas de outro site, que constituem um iconotexto que integra imagem, referência e manchete. Apesar de não conter o “corpo” da notícia que é conteúdo do site da *Folha*, a publicação em (4) pode ser recebida pelo leitor a partir da cenografia de “notícia” que o compartilhamento instaura. Isso porque tal publicação encena características desse gênero do discurso: atribui uma manchete ao fato, veicula imagem do ocorrido, entre outras coisas, ainda que esse tipo de publicação possa ser uma estratégia do veículo midiático para angariar mais leitores para suas publicações no domínio on-line em que são publicadas suas matérias, ou para a versão diária impressa que é distribuída por todo o Brasil e que veicula conteúdos restritos para assinantes. Desse modo, no aspecto geral das publicações da página na rede social, parece que o leitor se depara com um “jornal” carregado de “notícias”/manchetes.

Outra página da rede em que procedemos à análise é a *Quebrando o tabu*. Nessa página, as publicações veiculam opiniões mais “progressistas” em torno de diferentes assuntos polêmicos que circulam no mundo, mas sobretudo no Brasil. É uma página que conta com mais de quatro milhões de “curtidas¹⁰” (dados verificado no domínio <https://www.facebook.com/quebrandoootabu/?fref=ts#> em 18/07/ 2016).

O nome *Quebrando o tabu* é de um documentário de 2011, dirigido por Fernando Grostein Andrade, sobre o debate das drogas e da violência no Brasil¹¹. No entanto, a página, apesar da nítida referência ao filme, faz circular muitos outros temas, que dividem a opinião daqueles que acessam suas publicações no *Facebook*. Em geral, os administradores da página introduzem uma notícia compartilhada, ou uma imagem, ou uma charge, entre outros, por meio de dizeres que atestam o posicionamento mais “progressista” que observamos emergir do discurso de *Quebrando o tabu*. Vejamos o exemplo:

(6)¹²



Em (6), observamos uma charge veiculada pela página, em que se contrastam uma mão segurando uma arma de fogo e outras duas mãos “dadas” com traços

¹⁰ O número de “curtidas” de uma página como as que selecionamos para a coleta de dados é relativo ao número de usuários que segue cada uma delas.

¹¹ Cf. <http://www.quebrandoootabu.com.br/sobre/projeto> - acesso em: 18/07/2016.

¹² <https://goo.gl/hXktJe> – acesso em: 18/07/2016.

masculinos (tamanho dos membros, braços mais grossos e com pêlos, etc.), introduzida pelos dizeres: “Se todos dermos as mãos, quem irá sacar as armas?”. A charge em questão parece fazer alusão ao atentado do dia 12/06/2016 que ocorreu em uma boate LGBT nos Estados Unidos, em que 49 homossexuais foram assassinados e outros muitos foram gravemente feridos. Tal ocorrido ainda levantou a discussão sobre a política de armas no mundo, sobretudo pelo fato de os EUA não proibirem o armamento de civis em sua constituição, além de fazer referência ao racismo pela cor negra de uma das mãos “dadas” e pela referência a Bob Marley, artista que também ficou conhecido por lutar em prol da igualdade entre as diferentes raças.

Em geral, os temas que circulam na página de *Quebrando o tabu*, como já dito, são polêmicos e incitam o debate entre os diferentes enunciadores que a acessam. A página é “rotulada” no *Facebook* como uma página midiática, de entretenimento e de notícias; entretanto, o posicionamento que emerge de suas publicações parece construir nesses textos uma cenografia de “fórum de discussão”, que “promove” o debate sobre os diferentes temas que as publicações colocam em pauta.

O que se pode observar é que, nas três páginas consideradas, as cenografias mobilizadas são distintas. Em (3), a cenografia mobilizada é de “panfleto de supermercado”, construída a partir da publicidade de produtos disponibilizados para a venda em uma rede de supermercados; em (4), a cenografia de jornal é construída a partir do compartilhamento de matérias de um jornal de grande circulação; em (6), diferentemente, analisamos uma cenografia de “fórum de discussão”, construída pela inscrição da página em um posicionamento específico, que classificaremos como “mais progressista”. Desse modo, a cenografia de cada um deles, respectivamente, é construída pela encenação de gêneros do tipo de discurso publicitário, pela encenação de gêneros jornalísticos e pela encenação de um “fórum de discussão”, que prevê a inscrição em um posicionamento.

Tendo em vista a análise apresentada, observa-se que as características das publicações do *Facebook* poderiam ser tomadas como casos exemplares de hipergênero, uma vez que essas publicações permitem formatar e semantizar diferentes tipos de conteúdos, além de estarem, em alguma medida, submetidas ao aspecto técnico imposto pela Web e à construção de cenografias que buscam validar as identidades discursivas que circulam e que se relacionam nessa rede social, características atestadas nas análises de Maingueneau (2006; 2008; 2010), que foram mobilizadas na construção do conceito de hipergênero.

No entanto, o que também observamos é que o conceito de hipergênero se mostra restrito para apreender a natureza discursiva dessa rede social, uma vez que o *Facebook*, por meio da ferramenta de compartilhar, é capaz de relacionar diferentes unidades comunicacionais da internet, como dados de outros websites, fotos e vídeos.

Sendo assim, assumir que a hipergenericidade que se verifica na construção das páginas dessa rede social é suficiente para descrever a natureza do *Facebook* é problemático. Isso porque, nessa rede social, há um outro aspecto de seu funcionamento, relativo ao fato de que ali tudo (ou quase tudo) pode ser compartilhado e posto a circular. Nesse sentido, não se trata apenas de verificar a hipergenericidade de tais páginas, mas também de verificar a possibilidade de se considerar a existência de um sistema que é capaz de englobar toda essa hipergericidade da Web, como se o *Facebook* pudesse ser tomado como uma “janela do mundo”, em que “tudo” está posto em relação.

No terceiro capítulo desta dissertação, ampliaremos essa reflexão a partir da postulação do conceito de *sistema de hipergenericidade*, conceito que pode se mostrar produtivo para explorar a natureza do funcionamento dessa rede social. Antes, no entanto, parece importante examinar como a enunciação, que se origina a partir de cenografias específicas em páginas do *Facebook*, é recebida por eventuais interlocutores. Para isso, no próximo capítulo, analisaremos, de maneira verticalizada, os comentários que uma publicação de *Quebrando o tabu* recebeu, assumindo como hipótese que a “recepção” da enunciação da página, ancorada pela cenografia de “fórum de discussão”, corrobora a análise em torno da identidade discursiva dessa página que, por sua vez, faz emergir um “bate-boca” ligado à “polemidade” dos temas que *Quebrando o tabu* coloca em pauta.

CAPÍTULO II

A Web e os “bate-bocas” na rede social

Do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler.

(Roger Chartier)

2.1. A polêmica discursiva e os comentários da rede social

Como demonstramos no capítulo anterior, cada página do *Facebook* constrói sua própria identidade a partir de cenografias mobilizadas nas publicações que são postas a circular nessa rede social. Em virtude das restrições técnicas que o suporte físico do *Facebook* impõe, a construção de cenografias específicas é o que permite atestar a identidade de cada página, permitindo a semantização daquilo que é dito.

Na análise de uma publicação veiculada no *Facebook* por *Quebrando o tabu*, também demonstramos que, em geral, tal página constrói cenografias de “fórum de discussão” nas enunciações que põe a circular. Analisamos que tal cenografia é construída a partir da inscrição da página em um posicionamento específico (ao qual nos referimos como “mais progressita”) frente aos temas que publica na rede social.

Nos comentários que a página recebe, é possível observar um debate caloroso entre os enunciadores que nele se inscrevem. Tal debate parece ser permeado por um registro linguístico agressivo/violento, que constrói um tom que é, segundo Maingueneau (2008c; 2010), constitutivo da polêmica discursiva. O conceito de polêmica, tal como é apresentado pelo autor em *Gênese dos discursos* (2008c), implica a constituição de posicionamentos no interior de um campo discursivo específico.

O conceito de polêmica discursiva está relacionado à constituição de formações discursivas (posicionamentos) no interior de um campo discursivo; trata-se, portanto, de um conceito formulado em um quadro teórico que privilegia a análise de discursos mais institucionais. O quadro de AD apresentado em *Gênese* se organiza em torno do conceito de interdiscurso. De acordo com Maingueneau, esse conceito tem por base a “heterogeneidade constitutiva”, segundo a qual um discurso se constitui a partir da relação que mantém com seu Outro. Não obstante, para o autor, a noção de interdiscurso

precisaria ser explicada com base em categorias mais operacionais e, por isso, ele propõe substitui-la pela tríade *universo discursivo*, e *espaço discursivo*.

Maingueneau postula que o universo discursivo representa a extensão máxima das formações discursivas (FDs) que coexistem em uma dada conjuntura histórica. Sendo assim, ele é de pouca utilidade para uma análise discursiva, já que, apesar de circunscrever todas as FDs existentes em um dado momento da vida social, não é possível apreendê-las em sua totalidade.

O campo discursivo é definido pelo autor como o conjunto de formações discursivas (ou posicionamentos) que partilham da mesma função social (é dessa perspectiva que se pode falar em campo religioso, político, midiático, etc.), embora divirjam sobre a maneira como preenchê-la; assim sendo, os posicionamentos do interior de um campo estão sempre em relação de concorrência – seja de confronto, de aliança ou de neutralidade aparente. Segundo Maningueneau, é a partir dessas relações travadas no interior de um campo que todos os discursos têm origem, de modo que cada posicionamento (ou FD) vai se constituindo de maneira diferente no interior de um campo discursivo, uma vez que está submetido a uma hierarquia instável, que opõe discursos dominados e dominantes.

Entretanto, afirma o autor, o campo ainda impõe, *a priori*, uma extensão muito ampla para a análise, pois suas relações podem ser extremamente diversificadas. Em função disso, Maingueneau postula o conceito de espaço discursivo, um recorte a que um analista deve proceder, a fim de colocar em relação, por considerar pertinente, subconjuntos de formações discursivas de um mesmo campo. Para o autor, esse “recorte” não pode ser fruto da mera observação daquilo que um discurso cita ou nega, mas deve decorrer das hipóteses em relação ao sistema de restrições semânticas de cada posicionamento, que reivindica para si semas que considera positivos e atribui ao seu Outro semas que considera negativos. É nessa “leitura” do Outro que cada discurso constrói sua identidade. Nesse sentido, o espaço discursivo compreende o limite no interior do qual se dá o processo de interação semântica e de interincompreensão generalizada entre discursos postos em relação; é, pois, no interior do espaço discursivo que a polêmica discursiva se institui. Nele, um discurso sempre “traduz” seu Outro como o avesso de si, como um simulacro construído a partir de seu próprio sistema de restrições. Dessa perspectiva, um discurso sempre nasce da relação polêmica que

estabelece com seu Outro, cada qual buscando ser o discurso legitimado a “doutrinar” sobre as questões pertinentes ao campo discursivo em que se constituem.

Entretanto, a respeito do conceito de polêmica, Zati (2016) afirma se trata também de um fenômeno imbricado na constituição de posicionamentos no interior de uma determinada comunidade discursiva, heterogênea, que engloba sujeitos que, embora partilhem de uma mesma semântica global discursiva¹³, divergem em torno dos temas que tal comunidade trata. Nessa perspectiva, Zati desvincula a noção de polêmica discursiva da constituição de FDs no interior de um campo, tomando-o como elemento constitutivo de comunidades discursivas que não se “submetem”, do ponto de vista metodológico, ao recorte de um campo, uma vez que a autora analisa comunidades da Web. Essa perspectiva de abordar a interdiscursividade no interior de comunidades discursivas da Web, apresenta-se como bastante interessante para este trabalho, uma vez que dá visibilidade à heterogeneidade dessas comunidades e às práticas discursivas dos usuários-enunciadores da Web. Não obstante, não nos filiaremos integralmente a Zati (2016), no que diz respeito ao modo de abordagem dessas comunidades, já que, como buscaremos demonstrar, os debates que se dão, no interior da página do *Facebook* de *Quebrando o tabu*, não são polêmicas discursivas que instituem identidades institucionalizadas (ou em institucionalização) de grupos, mas bate-bocas entre usuários-enunciadores dessa página. Ao longo do capítulo, buscaremos sustentar essa hipótese.

Em outro texto, intitulado *As três facetas do polêmico*, Maingueneau (2010, p. 187) postula que o polêmico, assim como o épico ou o fantástico, é um registro e que nisso não há nada de extraordinário, já que o termo “registro”, em um sentido mais abrangente, pode “designar qualquer conjunto de traços linguísticos regularmente associados em um discurso, mas que não se caracterizam por ocorrerem em um único gênero”. O autor retoma um postulado de Halliday (1978, *apud* MAINGUENEAU, 2010) que define, em linhas bastante gerais, o registro como escolhas linguísticas que são feitas frente a determinadas situações de comunicação.

¹³ O conceito de semântica global é postulado por Maingueneau (2008c). Segundo o autor, uma formação discursiva (ou posicionamento no campo) é regida por uma semântica capaz de integrar os vários planos da discursividade, tais como *ethos*, estatuto do enunciador e co-enunciador, o modo de coesão dos discursos, etc. Zati (2016) retoma esse conceito para postular que, no interior de uma comunidade discursiva heterogênea constituída por escritores de *fanfictions* (em que há polêmica em torno da qualidade ou não dos textos publicados pelos escritores que integram tal comunidade), há uma semântica global que integra toda essa heterogeneidade.

Para esclarecer sobre a noção de registro, Maingueneau distingue três tipos: os linguísticos, os funcionais e os comunicacionais. Segundo o analista, os registros linguísticos são as sequências de um texto ou as marcas linguísticas que se podem observar nele; para o autor esse tipo de registro é de ordem enunciativa e está associado à estrutura linguística de um enunciado. Já os registros fundados em critérios funcionais, eles estão atrelados às funções de um texto, que pode ser lúdico, informativo, prescritivo, ritualístico, etc. Por fim, Maingueneau distingue os registros comunicacionais, que combinam traços linguísticos e funcionais, sendo que dessa combinação emerge, por exemplo, o discurso cômico, o discurso didático, etc.

Ainda de acordo com Maingueneau (2010), o polêmico está relacionado a esse terceiro tipo e a ele pode ser associado um “repertório” de traços linguísticos considerados verbalmente violentos. Contudo, o autor deixa claro que, em análise do discurso, o polêmico não pode ser reduzido a uma definição tão vaga, pois não se trata apenas do registro linguístico mobilizado na enunciação, mas também da relação que permite posicionamentos antagônicos terem origem em um determinado campo discursivo.

Para Maingueneau, o termo polêmico abrange apenas os gêneros instituídos. Isso quer dizer que, segundo ele, a polêmica nunca emerge, por exemplo, de uma conversação espontânea, já que ela existe para além da interação entre sujeitos. Dessa maneira, uma “briga entre bêbados” ou “entre vizinhos” não pode ser considerada uma polêmica, é antes uma discussão, um “bate-boca”. Além disso, o linguista deixa claro que as discussões ou os “bate-bocas” podem se findar neles mesmos, enquanto a polêmica se estende cronologicamente.

Para Zati (2016), que assume as postulações de Maingueneau (2008c), a comunidade discursiva funciona como um modo de organização de grupos de sujeitos que partilham normas e ritos em torno de um discurso, originado e gerido por eles. Essas normas e ritos partilhados pelos sujeitos de um mesmo grupo são chamados por Maingueneau de práticas discursivas. Entretanto, apesar de assumir o conceito de comunidade discursiva postulado por Maingueneau, Zati assume, conforme já dissemos, que o conceito de comunidade discursiva, tal como mobilizado em sua pesquisa, está associado não a um posicionamento no campo, mas a uma unidade de análise tomada como extensão máxima, capaz de dar subsídios para que a analista categorize a identidade da comunidade de escritores de *fanfictions* publicadas na Web.

A autora assume ainda o conceito de polêmica discursiva postulado por Maingueneau (2008c), mas não para caracterizar posicionamentos que se instituem no interior de um campo discursivo; tal conceito é mobilizado para operacionalizar, como já destacamos, a análise em torno da heterogeneidade que ela observa no interior dessa comunidade discursiva, em especial no que diz respeito ao modo como são avaliados certos temas e a qualidade das *fanfictions* que são publicas na Web.

O que se pode, pois, observar, é que tanto em Maingueneau (2008c), como em Zati (2016), a polêmica discursiva éposta a funcionar em relação, respectivamente, aos conceitos de campo discursivo e de comunidade discursiva, evocando práticas coletivas de sujeitos que se inscrevem em posicionamentos institucionalizados ou em processo de institucionalização.

No caso dos comentários de *Quebrando o tabu*, o conceito de polêmica discursiva, no entanto, parece não ser produtivo, uma vez que o conjunto desses comentários revela a existência de um “bate-boca” entre enunciadores que se prestam a se atacar mutuamente. Desse modo, nossa hipótese, ao analisá-los, é a de que, os comentários dessa página, além de corroborarem a análise apresentada no capítulo anterior, em que consideramos que a página de *Quebrando o tabu* constrói em suas publicações cenografias de “fórum de discussão”, instauram no interior dessa rede social um movimento de ataque e contra-ataque característico de “bate-bocas”, o que também nos permitirá melhor compreender como a identidade discursiva de cada página é recebida – ou melhor, como os comentários validam a identidade discursiva da página.

Apesar de o tom agressivo/veemente ser constitutivo da polêmica, parece-nos que ele não é condição suficiente para caracterizá-la. Esse mesmo tom, quando relacionado ao “bate-boca” que emerge dos comentários do Facebook de *Quebrando o tabu*, parece ser imposto por um fenômeno de ordem distinta da polêmica discursiva: ele pode ser atribuído ao funcionamento da Web.

Zati (2016), em sua dissertação de mestrado, postula que, na comunidade de produtores de *fanfictions*, há enunciadores – os chamados ripadores – que se prestam a vituperar os textos de *ficwriters* (escritores de *fanfictions*) que consideram mal escritos. Para tanto, ainda de acordo com a estudiosa, esses ripadores mobilizam um registro linguístico verbalmente violento e justificam essa prática afirmando que a internet é um espaço público e aberto, em que se pode enunciar o que quiser, da maneira como quiser. Esse efeito de “liberdade” instaurado no/pelo funcionamento enunciativo provém, segundo tese defendida pela autora, do mídium Web.

Alinhando-nos à tese defendida por Zati, de que existe relação entre as coerções midiológicas impostas pela Web e a suposta “liberdade enunciativa” que os ripadores assumem, acreditamos que o conceito de mídium, postulado por Maingueneau (2008a; 2006), parece ser produtivo para a análise do funcionamento enunciativo dos comentários do *Facebook*, uma vez que, como dissemos, esse tom (agressivo) característico das ripagens que Zati (2016) analisa e da polêmica tal como é definida por Maingueneau, parece ser evocado também no “bate-boca” que emerge na página de *Quebrando o tabu*. Em decorrência disso, apresentamos, a seguir, a postulação a que Maingueneau procede em torno da noção.

2.2. “Um dispositivo comunicacional que integra o mídium „logo de saída“”

Em *Análise de textos da comunicação* (2008a), Maingueneau afirma que o mídium não é meramente um “acessório” para a enunciação, mas uma dimensão que deve ser considerada no dispositivo comunicacional que ela engendra, integrada, entre outras coisas, ao gênero e ao suporte físico do enunciado “logo de saída”. Desse modo, para o autor, essa categoria não funciona simplesmente como um “meio” capaz de transportar uma mensagem estável; para ele, uma mudança de mídium opera transformações significativas em todo o conjunto de gêneros do discurso que tal mídium põe a circular.

Para Maingueneau (2008a, p. 72), o mídium de um gênero do discurso não se reduz apenas ao seu suporte físico; o autor evoca a necessidade de se considerar o circuito que organiza a fala. Isso porque a comunicação não é um processo linear que se inicia pela “necessidade de se exprimir por parte do enunciador; pela concepção de sentido; em seguida pela escolha de um suporte e de um gênero; posteriormente, pela produção; pela busca de um modo de difusão” e, quiçá, por um hipotético encontro com um destinatário. Diferentemente, a comunicação, segundo o autor, depende de um dispositivo comunicacional responsável por organizar a enunciação, integrando todas essas dimensões.

De acordo com o analista, o modo de consumo de um texto, seu modo de transporte e de recepção condicionam sua própria constituição e modela o gênero do discurso de que se origina. Um exemplo que retomamos do próprio autor é a briga entre casais, que sofre transformações midiológicas quando sai do consultório de um psicólogo e passa a ser televisionada em um programa de televisão; essa alteração pode

afetar, inclusive, o registro linguístico mobilizado pelos enunciadores na enunciação. Em outras palavras, uma mudança de mídium não se reduz simplesmente a uma troca de “canal” por meio do qual os enunciados são postos a circular, mas condiciona a transformação de uma prática social.

De acordo com Maingueneau, o mídium é uma categoria que historicamente passou por diversas transformações, considerando desde as oposições entre o oral e o escrito; o escrito e o impresso; até chegar nas novas formas midiológicas que a contemporaneidade fez emergir, como a Web. Cada uma dessas oposições implica mais do que a consideração do suporte físico que elas evocam: essas oposições, afirma o autor, reivindicam o momento histórico a que estão atreladas.

O conceito de mídium postulado por Maingueneau sofre forte influência do *Curso de Midiologia Geral* (1993) de Régis Debray. Para esse autor, a midiologia é responsável pelas *transmissões* materiais de um texto, definição que é retomada por Maingueneau (2008a, 2006) como mediações da linguagem pelas quais uma ideia é revestida de força material. Ao examinar a postulação maingueneauiana sobre o conceito, assumimos que essa força material que o mídium evoca para o enunciado vai além do suporte físico de que ele dispõe, uma vez que não raras vezes esses dois termos aparecem na teoria significando coisas distintas: o primeiro diz respeito à circulação de discursos a partir de um conjunto de dimensões enunciativas que dão origem a um dispositivo comunicacional; o segundo diz respeito ao canal material *stricto sensu* de um enunciado. Ou seja, a força material que está atrelada à existência do mídium vai além de seu suporte físico, evoca um dispositivo comunicacional que configura a gestão dos enunciados. Nas palavras de Maingueneau (2006, p. 213):

(...) percebe-se o deslizamento que se produz: do problema de mídium, deslizamos para o dos lugares associados a certos gêneros do discurso. Uma vez que todo gênero do discurso implica um dispositivo material de comunicação, o que parece implicado aqui é o conjunto de configurações de gestão da fala.

Retomando as distinções midiológicas que Maingueneau (2008a) enumera, é possível observar que o que está em jogo perpassa o estatuto físico dos enunciados e coloca em voga questões que podem permitir refletir sobre sua estabilidade e sua instabilidade, bem como sobre sua dependência ou não ao ambiente.

Para Maingueneau (*op. cit.*, p. 74), se se considera apenas a oposição física entre os enunciados orais e escritos, por exemplo, pode-se cair no problema de atribuir ao oral

a instabilidade e ao escrito a estabilidade, uma vez que “as palavras voam e os escritos permanecem”. No entanto, segundo o autor, não raras vezes é possível deparar-se com enunciados orais que se cristalizam, como as máximas e os aforismos, por serem destinados à repetição. Em contrapartida, existem enunciados escritos cuja estabilidade não lhes é garantida, como as listas de compras de supermercado ou os bilhetes de geladeira, cujo sentido pode se esvair em um tempo curto, depois de servirem à “função” para a qual foram enunciados.

A característica física dos enunciados, de acordo com o analista, ainda pode ser colocada em segundo plano, dados os novos meios de se gravar, por exemplo, a voz e a imagem do locutor, o que torna o oral tão estável quanto o escrito. Nesse contexto, Maingueneau afirma que, cada vez mais, o oral é revestido de características que antes eram restritas à escritura, colocando em voga seu postulado de que o caráter oral ou escrito dos enunciados não é o que mais importa, senão sua inscrição em formas que lhes assegurem a preservação.

Outra distinção entre o oral e o escrito que autor postula diz respeito à dependência ou não dos enunciados ao ambiente. Maingueneau afirma que os enunciados dependentes do ambiente dizem respeito àqueles cuja enunciação se dirige a um co-enunciador que se encontra no mesmo ambiente físico em que ela ocorre, e que os enunciados independentes do ambiente se dirigem a um co-enunciador que se encontra em outro ambiente físico. No primeiro caso, a fala do enunciador se encontra em constante ameaça da interpelação do co-enunciador. Nesse contexto, aquele que produz a enunciação conta com diferentes estratégias para construir sua fala, tais como a mímica, os gestos, as glosas e as modalizações do que foi dito, além de se valer de construções justapostas, podendo facilmente evitar as coordenações sintáticas. Já no segundo caso, o enunciado tende a ser autosuficiente, isto é, todas as suas referências devem estar contidas nele mesmo, dadas de maneira intratextual, uma vez que não se apoiam em um ambiente em que co-enunciador esteja presente.

Não obstante, ainda em relação à distinção postulada em torno do oral e do escrito, Maingueneau afirma que é possível jogar com as características físicas de cada um desses regimes para se produzir determinado efeito em um texto. Nesse sentido, um enunciado oral pode ser revestido de características de enunciado escrito, assim como um enunciado escrito pode ser revestido de características de enunciado oral: fala-se, então, respectivamente, de enunciados orais de estilo escrito e de enunciados escritos de estilo falado.

O autor exemplifica o primeiro estilo lançando mão de uma publicidade de uma sopa para dietas de emagrecimento¹⁴. No exemplo, Maingueneau verifica características do oral no texto gráfico, bem como a presença de pronomes demonstrativos e construções deslocadas à esquerda, além da existência de um “eu” que designa um enunciador não identificado. O segundo estilo, para o estudioso, pode ser exemplificado por uma conferência em congresso científico em que, apesar de ser falada, o conferencista objetiva expor uma argumentação em torno do desenvolvimento de uma ideia. Nesse caso, o público não é tratado como um co-enunciador comum que pode interpelar a fala do enunciador, acentuando o efeito de “verdade” que o discurso científico reivindica, independentemente da situação em que é enunciado.

No entanto, ainda segundo o autor, o escrito não é uma mera reprodução do oral, assim como o impresso não é uma simples multiplicação do escrito: cada um deles representa um regime de enunciação distinto e supõe civilizações diferentes.

Para Maingueneau, o impresso acentua ainda mais algumas características do escrito. Sabe-se que o texto escrito pode circular longe de sua fonte, ser “modificado” e encontrar co-enunciadores imprevisíveis a cada vez que é lido. Todas essas características, de acordo com o autor, atribuem ao leitor cada vez mais autonomia frente ao enunciado, o que é amplificado pelo impresso. Nesse regime, um texto pode ser infinitamente reproduzido em cópias idênticas e uniformes. Além disso, certas marcas do autor são apagadas, tais como sua letra, seus momentos de desatenção, entre outras.

O impresso, segundo o analista, ainda coloca em voga a questão da espacialidade do texto. Isso se dá porque, de maneira mais acentuada do que no escrito, o impresso implica a consideração de que o texto ocupa um certo espaço material, transformando a si em uma imagem numa página, na tela de um computador, etc. Além disso, o escrito e o impresso permitem que lhes sejam associados vários elementos icônicos – como gráficos, tabelas, quadros, imagens (em seu sentido mais estrito) – e diferentes paratextos – como os prefácios, os títulos, a assinatura, entre outros.

¹⁴ Reproduzimos o texto da publicidade: “Que reunião! Esses cafés da manhã de negócios, todos aqueles croissants, aqueles pãezinhos, era tanta tentação que não pude resistir... Mas eu vou dar um jeito nisso. Ao meio-dia, vou reagir. Um encontro com a boa forma: somente WEEK-END e eu. Práticos, esses saquinhos que a gente carrega aonde vai. Sabor baunilha ou de legumes, meus quilinhos a mais vão logo desaparecer. Os intervalos para a boa forma WEEK-END e seus cardápios equilibrados, isso conta muito na agenda de uma gulosa” (MAINGUENEAU, 2008, p. 78).

Apesar de ter como objetivo analisar as coerções do mídium em enunciados literários, Maingueneau (2006) tece importantes reflexões sobre as coerções impostas pela internet, o que é particularmente relevante para esta pesquisa.

O autor afirma que a escrita e a imprensa foram responsáveis por modificar aquilo que se entende por “literatura” e que hoje a chegada das novas tecnologias opera mudanças significativas no modo de produção e circulação do discurso literário. Segundo Maingueneau (2006), características que poderiam ser pensadas como indissociáveis da textualidade, como a linearidade e a densidade, são subvertidas pelo hipertexto, cujo leitor é, de certo modo, autor de seu próprio percurso. Para o estudioso, essa liberdade é relativa, mas ainda opera mudanças significativas em práticas impostas pela escrita e pela imprensa que eram profundamente arraigadas, como a valoração do livro impresso.

De nossa parte, assumimos que essas mudanças que o mídium Web opera no agenciamento do percurso dos enunciados podem ser percebidas também em relação ao registro linguístico mobilizado na enunciação na rede social, à maneira como Zati (2016) analisa a influência do mídium sobre a comunidade de escritores de *fanfiction*. Além disso, o próprio modo como os interlocutores constroem os sentidos, nesse espaço que é público e onde o hipertexto impera, pode ser influenciado pelas coerções que esse mídium impõe.

2.3. Facebook: a “praça pública” do século XXI

Nesta seção, buscaremos sustentar que: i) os comentários da página *Quebrando o tabu* “respondem” a um “fórum de discussão” encenado pelas publicações dessa página; ii) violência verbal que observamos nos comentários da página decorre, fundamentalmente, do mídium – a Web – em que esses comentários são postos a circular.

Para demonstrarmos a sustentabilidade dessas hipóteses, procedemos a um recorte temático com base no que *Quebrando o tabu* põe a circular. Como salientamos no capítulo anterior, geralmente, essa página publica textos sobre temas controversos relacionados à política, direitos humanos, aborto, legalização da maconha, etc. Desde que se começou a discussão sobre a aprovação do “Estatuto da família” no congresso brasileiro, a página recorrentemente tem feito publicações contrárias a tal legislação, marcando um posicionamento em prol do reconhecimento legal de diferentes tipos de

famílias, para além daquele assumido pelo estatuto em questão, que normatiza como núcleo familiar legal a associação de um homem *cis* gênero a uma mulher *cis* gênero, por meio do casamento ou da união estável, além da comunidade formada pelos filhos e qualquer um dos pais¹⁵. Por observarmos a ampla recorrência desse tema, que recai sobre a discussão dos direitos LGBTs, dentre todos os outros que a página põe a circular, demonstraremos nossa hipótese a partir de dados coletados de uma publicação do *Facebook* de *Quebrando o tabu*, que aborda tal tema.

Em uma publicação do dia 21 de setembro de 2016, mais de onze meses após a aprovação (que aconteceu no dia 08/10/2015¹⁶) do “Estatuto da família” na Câmara dos Deputados, a página fez circular uma charge que remonta à discussão em torno da questão. Na publicação, observa-se um iconotexto que abrange a foto de uma galinha deitada sobre dois filhotes de cachorro, como se os acalentasse, à maneira de como a galinha acalenta os filhotes de sua própria espécie, além dos seguintes dizeres: “a galinha desconstruída está passando pela sua timeline para lembrar que o conceito de família pode ser o que você quiser”. Tal iconotexto é introduzido por *Quebrando o tabu* pelo enunciado “galínea fofínea quebradora de tabu”[sic], que também indica a fonte de onde a charge provém: “via: Partido Surrealista Brasileiro” (que é outra página do *Facebook* que parece estar alinhada ao posicionamento que emerge das publicações de *Quebrando o tabu*). Apresentamos, a seguir, uma captura de tela da publicação:

(7)¹⁷



¹⁵ Cf. <http:// goo.gl/37pkofcontent> - acesso em: 21/09/2016.

¹⁶ Cf. Ficha de tramitação do processo na Câmara dos Deputados, disponível em: <http:// goo.gl/xPHKHL> – acesso em: 21/09/2016.

¹⁷ <https:// goo.gl/Wh5yKa> – acesso em: 21/09/2016.

O texto verbal inscrito na imagem postada por *Quebrando o tabu* permite observar que a página assume o conceito de família como um conceito “heterogênero”, uma vez que, como se pode ler na charge reproduzida em (7), “família é o que você quiser”. Essa postagem parece remeter justamente à discussão relacionada à aprovação do “Estatuto da Família” pela Câmara dos Deputados em 2015, que postula que o conceito é “homogêneo”, como se pode depreender do padrão de “família” que o documento impõe. Os dizeres “galínea fofínea quebradora de tabu” permite considerar que a página, ao introduzir a charge por meio deles, alinha-se ao posicionamento que emerge da página da publicação original, marcando, assim, uma posição “mais progressista” em relação ao tema “família”, cuja abertura para a diversidade de gêneros é analisada, pela página, como um “tabu” social. O próprio nome da página – *Quebrando do tabu* – permite entrever que essa página tem por objetivo fazer circular tabus sociais, o que também, em certa medida explica o efeito de “fórum de discussão” que é construído no discurso que a página põe a circular, como se os temas que ela coloca em pauta necessariamente precisassem ser “debatidos” para que tabus sejam quebrados.

Em (7), a “galinha” que figura como “mãe” de dois filhotes de animais de outra espécie parece representar, em virtude dos dizeres pelos quais a página introduz a charge, um “tabu” a ser quebrado em relação ao tema que a publicação coloca em pauta: segundo o posicionamento da página, o conceito de família deve ser mais abrangente do que aquele que o “Estatuto da Família” visa colocar em vigor legislativo no Brasil. Esse efeito de sentido decorre da imagem de “quebradora de tabu” que a página atribui à galinha. Na mesma direção, o registro cômico, que é próprio do gênero “charge”, contribui para a construção da crítica à normatização de “família” como uma instância social que, segundo o estatuto aprovado pela Câmara, conforme já apresentado, somente engloba casais heterossexuais ou famílias em que apenas um dos pais é responsável pelos filhos, deixando à margem de respaldos legais as famílias que são constituídas por casais homossexuais.

Como salientamos no capítulo anterior, de um modo geral, as páginas do *Facebook* têm em comum o fato de poderem receber comentários de outros usuários dessa rede social. Em se tratando de páginas públicas, qualquer usuário do *Facebook* que tenha uma conta na rede pode ler ou fazer comentários ao que essas páginas põem a circular.

Em relação aos comentários dessa rede social, é possível notar que eles são de dois tipos: i) relativos às publicações em que se inscrevem; ii) respostas a comentários postados em relação a uma dada publicação. Em outras palavras, no *Facebook*, existem comentários que são postados para interagir de alguma maneira (expressando concordância, ou discordância em relação ao que é posto a circular, por exemplo) com uma dada publicação em uma página específica e outros que são respostas a esses comentários. A partir dos comentários que a publicação de *Quebrando o tabu*, apresentada em (7), recebeu, é possível exemplificar esses dois tipos de comentários:

(8)¹⁸ **Enunciador (a):** Bem, uma familia de "galinha" é uma galinha e seus pintinhos, "pintinhos", isso ai é apenas uma galinha em cima de cachorros, achando que eles sao seus filhos, mas n são!

Animais sao totalmente diferente de seres humanos, pois os animais vivem de acordo com seu instinto, ou seja, se um cão hipoteticamente é criado por uma galinha, ele não vai piar, ele vai latir, pq ele é um cachorro, ja os seres humanos, sao diferentes, um bebê ele aprende a falar imitando seus pais, i tudo que ele tenta aprender é imitando quem está ao seu redor, por ex: teve um caso na india, ou na china,(seila) se n me engano, de duas crianças qd foram criadas por lobos, e cresceram fazendo o que eles fazem, desenvolveram até os dentes para comer carne crua, reafirmando é fora de ordem querer comparar animais com seres humanos. #Bolsomito2018
Obs:(Isso entra no caso de casais gays quererem adotar crianças, as crianças podem no futuro até n ser gays, mas elas tem tudo para serem, pq criança observa e na maioria das vezes leva para si tudo qd está ao seu redor!!) [sic]

Em (8), é possível notar que o comentário tem por objetivo contestar o posicionamento de *Quebrando o tabu* em relação ao conceito de “família”. Alguns indícios permitem-nos afirmar isso. Em primeiro lugar, verifica-se que o **enunciador (a)**, em (8), procede a uma “análise” em torno da cena da charge (uma galinha deitada sobre dois filhotes de cachorro), que, para ele, não se aplica à “vida real”. De acordo com esse enunciador, “uma família de „galinha“ é uma galinha e seus pintinhos, „pintinhos“, isso aí é uma galinha em cima de cachorros, achando que eles são seus filhos” [sic]. Tal enunciado permite-nos afirmar que esse comentário corresponde ao primeiro tipo apresentado, que é relativo à interação do usuário com uma postagem da página do *Facebook*. O demonstrativo “isso aí” retoma a cena instaurada pela charge, para contrapor-se ao conceito de família como um conceito “heterogêneo”. Para o **enunciador (a)**, comparar o comportamento animal ao comportamento humano é um

¹⁸ Por questões éticas, optamos por reproduzir os comentários dos co-enunciadores de *Quebrando o tabu* suprimindo o nome e a imagem desses enunciadores neste texto. Além disso, reproduzimos esses enunciados do modo como foram publicados na internet, sem corrigir, portanto, eventuais desvios ortográficos e/ou gramaticais que neles possam aparecer.

equívoco, uma vez que, segundo ele, “é impossível comparar animais a seres humanos” (“Animais são totalmente diferente de seres humanos, pois os animais vivem de acordo com seu instinto” / “se um cão hipoteticamente é criado por uma galinha, ele não vai piar, ele vai latir, pq ele é um cachorro, ja os seres humanos, são diferentes” / “é fora de ordem querer comparar animais com seres humanos” [sic]). Ainda de acordo com esse enunciador, o sujeito é fruto da “imitação” do meio em que cresce (“um bebê ele aprende a falar imitando seus pais, i tudo que ele tenta aprender é imitando quem está ao seu redor” [sic]) e é nisso que ele fundamenta uma opinião contrária à criação de crianças por casais gays, já que, como elas imitam tudo o que veem, terão grandes chances de serem homossexuais (“Isso entra no caso de casais gays quererem adotar crianças, as crianças podem no futuro até n ser gays, mas elas tem tudo para serem, pq criança observa e na maioria das vezes leva para si tudo qd está ao seu redor” [sic]).

O dado apresentado em (8) permite, então, que reconheçamos o fato de que o comentário dialoga diretamente com a publicação apresentada em (7), contrapondo-se a ela, de modo que é possível reconhecer um efeito de “fórum de discussão” encenado na

página de *Quebrando o tabu*. O gênero “fórum de discussão”, em seu sentido mais amplo, engendra práticas sociais em que se espera a interação de sujeitos que expressem suas opiniões em relação ao que é colocado como temática a ser debatida, inclusive assumindo como “traço” positivo que as opiniões sejam fundamentadas por opiniões contrárias. Além disso, essa é a ideia encenada pelo nome da página, em que se verifica o efeito de “necessidade” que se fale sobre questões tomadas como “tabus” que, como já dito, pode ser entendido como aquilo sobre o que não se fala ou que não se deve falar.

Decorrente dessa discrepância entre o posicionamento do enunciador de (8) e do posicionamento da página, muitos comentários são postados como resposta ao que o **enunciador (a)** expressa. É justamente esse segundo tipo de comentário que parece fornecer dados para que possamos descrever como são instituídos os “bate-bocas” observados no conjunto de respostas que a página de *Quebrando o tabu* recebe em suas publicações.

Com base nos dados coletados para esta análise, constatamos relações de ajuste e negociação nos comentários do *Facebook*, que ocorrem por meio de um processo de troca de “turnos conversacionais” e que podem caracterizar um processo comunicacional “menos instituído”, marcado por um registro verbal rigorosamente violento, a que nos referimos como “bate-boca”, o que pode ser verificado a partir dos

recursos linguísticos que são mobilizados na construção das respostas que os diferentes enunciadores interpõem na rede social.

(9) **Enunciador (b):** Mas então você prefere que uma criança passe a vida no orfanato do que ser adotada por um casal de gays que pode dar todo amor do mundo pra elas? [sic]

O comentário em (9) é introduzido como resposta ao comentário do **enunciador (a)**, por meio da ferrementa “responder” de que os usuários do *Facebook* dispõem. Nele, é possível verificarmos indícios de interação conversacional, necessária para a constituição de um “bate-boa”. O primeiro desses indícios diz respeito à conjunção “mas”, que introduz o enunciado de (9). De acordo com as gramáticas tradicionais, a conjunção é uma classe gramatical que “serve” para relacionar duas orações ou dois termos em uma oração¹⁹. A conjunção “mas”, especificamente, ainda de acordo com as descrições feitas por essas gramáticas, pode, geralmente, assumir dois sentidos: o de expressar adversatividade ou de expressar adição (“mas também”, etc.). No entanto, “mas”, no enunciado de (9), não parece funcionar à maneira de como o uso dessa conjunção é normatizado pela gramática normativa; diferentemente, funciona como um marcador de turno conversacional em “**mas** você prefere que uma criança passe a vida no orfanato do que ser adotada por um casal de gays que pode dar todo amor do mundo pra elas?”. A marcação de turno conversacional se dá, também, por meio da menção ao outro a quem o enunciador visa responder:

(10) **Enunciador (a): Enunciador (b)**²⁰ as vezes fico pensando nisso, e "se" casais heteros n quisessem adotar crianças, e só pessoas q̄i tem relações homoafetivas fizesssem tal ato, bem n tem outra escolha né, mas pela minha opinião, pais heteros é a melhor escolha, pq n implantarão ideologias q̄i podem acabar com a inocência da criança. [sic]

Em (10), reproduzimos um comentário do **enunciador (a)** para explicar a opinião que ele emitiu em relação ao conceito de “família”, posta em pauta pela publicação de *Quebrando o tabu*. Nesse dado, verificamos como o **enunciador (a)** interage diretamente com seu interlocutor, referido como **enunciador (b)**, mencionado no início do enunciado em (10). Nesse dado, é possível verificar que o vocativo

¹⁹ Cf. Cunha e Cintra, 2013.

²⁰ Na verdade, o **enunciador (a)** refere-se ao nome do **enunciador (b)**, que, entretanto, como já explicitado, optamos por omitir.

(“enunciador (b)”) marca o início do turno conversacional. Além disso, percebe-se também a presença de mecanismos linguísticos que atestam interações marcadas por opiniões distintas na “discussão” colocada em pauta por *Quebrando o tabu*, como o termo “nisso”, que retoma toda a questão que lhe fora interpolada (“você prefere que as crianças passem a vida em orfanatos a serem adotadas por casais gays?”). Um outro aspecto é a modalização da fala do **enunciador (a)** ao referir-se ao que ele mesmo havia dito (**cf.** (8)): “"se" casais heteros n quisessem adotar crianças, e só pessoas q tem relações homoafetivas fizessem tal ato, bem n tem outra escolha né” [sic].

O conjunto dos comentários em torno dessa publicação, do qual apresentaremos parte deles, em uma captura de tela, a seguir, permite vislumbrar o “jogo” de respostas e contra-respostas que é criado nesse espaço de interação:

(11)

Observamos nos comentários reunidos na imagem apresentada em (11) que eles também respondem ao funcionamento interacional analisado nos comentários dos **enunciadores (a)** e **(b)** em (8), (9) e (10), uma vez que é possível verificar o “jogo” de responder e ser respondido. Não obstante, nos comentários apresentados em (11), é

mobilizado um registro linguístico que pode ser avaliado como caracterizador de um tom violento, diferentemente do que ocorre nos outros exemplos analisados. Embora esse registro seja constitutivo da polêmica discursiva (MAINGUENEAU, 2008c), como já dito, ele também pode ser tomado como indício da constituição de bate-bocas atrelados ao funcionamento interacional que parece ser próprio dos comentários do *Facebook*. No entanto, como apresentamos anteriormente, a polêmica discursiva, de acordo com Maingueneau, implica práticas sociais mais institucionalizadas, o que parece não se verificar no “jogo” de contraposições instaurado pelos comentários dos enunciadores do *Facebook*. O que buscamos sustentar é que o “tom” violento que emerge dos bate-bocas nessa rede social é um fenômeno que decorre, fundamentalmente, do mídium – a Web – em que esses comentários são postos a circular: a aparente liberdade pressuposta nas interações na Web acaba por licenciar manifestações de violência verbal por parte dos enunciadores.

No quadro a seguir, apresentamos alguns indícios desse registro, classificando-os em ironia, ênfase e injúria:

Quadro II – indícios de violência verbal nos comentários de *Quebrando o tabu*

TIPO	EXEMPLO	FEITO
IRONIA	“vai ter que abrir conta na mercearia para comprar leite... kkkkkkk assim como órgão excretor não reproduz, galinha não dá leite kkkkk”; “vão comer a galinha!? Kkkkk”; Discurso de ódio? Que coisa feia ”;	Vituperar a posição contrária.
ÊNFASE	“Não é por isso que os filhotes morrerão de fome!”; “mas morrer de fome é que não vão!”;	Efeito ilocutório; volume.
INJÚRIA	“odeio quando a pessoa se finge de idiota para parecer engracada”; “melhor seria se tu tivesse morrido de fome, um escroto a menos no mundo”; “órgão excretor reproduz sim, se não você não estaria aqui”.	Atacar diretamente um enunciador.

Por meio do quadro, é possível observar a presença de alguns recursos linguísticos que foram mobilizados na enunciação dos comentários e que podem ser tomados como marcadores da violência verbal.

Ao se enunciar, por exemplo, que a “galinha”, apresentada como mãe de filhotes de outra espécie na charge em (7), precisaria “abrir conta em uma mercearia” para alimentar os filhotes de cachorro e, em seguida, expressar, por meio da onomatopeia “kkkkk”, uma risada, o enunciador parece “zombar” do posicionamento da página (que é também assumido por alguns de seus interlocutores), rebaixando-o. O mesmo parece ocorrer no enunciado “assim como órgão excretor não reproduz, galinha não dá leite”, que, mobilizando o recurso da ironia, assume uma informação como verdade (“órgão excretor não reproduz”), associando esse estatuto de “verdadeiro” à contraposição que o enunciador faz ao posicionamento da página (“galinha não dá leite”). Por sua vez, isso também ocorre com o enunciado “vão comer a galinha!?” , que associa o comportamento carnívoro dos filhotes de cachorro ao fato de serem criados por um animal de outra espécie e que poderia, eventualmente, ser servido a eles como alimento. E, ainda, um enunciado como “discurso de ódio? Que coisa feia!” materializa uma reprovação do enunciador que avalia negativamente atitudes que demonstram a incapacidade de lidar com “opiniões” diferentes, sem recorrer, por exemplo, às injúrias. Todos esses enunciados mantém o efeito de vitupério que a ironia faz emergir.

Outro recurso que observamos na análise de (11) é a ênfase. Esse recurso parece ser construído nos comentários com auxílio de sinais gráficos, como o ponto de exclamação, que enfatiza aquilo que se está colocando em pauta na discussão, quase que como forma de protesto a outros comentários de enunciadores que não se alinham ao ponto de vista de quem os enuncia. Como exemplo, tomamos os seguintes enunciados: “Não é por isso que os filhotes morrerão de fome!”; “mas morrer de fome é que não vão!”. Nesses casos, a ênfase parece criar um efeito de volume, como se o enunciador que dela se valesse estivesse gritando com aquele a quem se contrapõe.

Por fim, também verificamos nos comentários, em (11), a presença de injúrias. Esse recurso talvez possa ser tomado como o mais exemplar da violência verbal mobilizada nos enunciados que circulam sob a forma de comentários no *Facebook*. Isso porque, quando nos reportamos às interações da vida social, a injúria pode ser considerada como o ato verbal mais extremo de ataque à posição de um sujeito ou à própria pessoa. No caso dos enunciados que circulam no *Facebook*, a injúria parece marcar exatamente um caso de ataque pessoal, como nos seguintes enunciados: “odeio

quando a pessoa se finge de idiota para parecer engraçada”; “melhor seria se tu tivesse morrido de fome, um escroto a menos no mundo”; “órgão excretor reproduz sim, se não você não estaria aqui”. Nesses exemplos, atribuem-se aos enunciadores “adversários” as classificações de “idiota”, “escroto” e “excremento”, tomadas correntemente como uma espécie de xingamento àqueles a quem se dirige a injúria.

Com base nesses indícios, parece ser possível afirmar que a violência verbal mobilizada na construção dos comentários do *Facebook* é um fenômeno relativo ao ataque sobre a “opinião” do outro ou sobre a própria pessoa que é vítima de tais ataques, e não, ao menos nestes casos, constitutiva de uma polêmica que implica a instituição de identidades discursivas de grupos institucionalizados ou em institucionalização. Nesse sentido, mais que “defender” uma opinião específica sobre alguma questão em um campo discursivo, o que parece efetivamente ser levado a cabo nos comentários do *Facebook* é a inscrição em um bate-boca que impõe aos enunciadores a necessidade de atacar o outro e se defender de eventuais ataques, como se essa rede social pudesse ser tomada como uma espécie de “praça pública” instaurada em nossa contemporaneidade.

É nesse sentido, que o tom violento dessas enunciações decorre, conforme buscamos sustentar, de coerções impostas pelo dispositivo comunicacional da Web, que produz efeitos sobre o que é enunciado. Isso porque, como já dito, a internet parece ser considerada como um espaço aberto, em que se pode enunciar qualquer coisa, de qualquer modo, inclusive atacando outros usuários-enunciadores sob o pretenso “espectro do anonimato”. Assim, o mídium Web impõe o efeito de “liberdade enunciativa” (ZATI, 2016) de que os enunciadores se valem para que possam mobilizar, por exemplo, recursos linguísticos considerados verbalmente violentos nesse processo de interação, de ataque e contra-ataque que os “bate-bocas” do *Facebook* instituem, o que dificilmente se verifica, a rigor, em outros tipos de interação submetidos a outras condições midiológicas, como em comentários publicados em jornal e em comentários televisivos, mesmo que os temas abordados sejam tão controversos como os que *Quebrando o tabu* coloca em pauta. Nesse sentido, observa-se que a enunciação dessa página no *Facebook* é recebida como um “fórum de discussão”, capaz de originar bate-bocas em torno das temáticas abordadas, decorrentes da discrepancia de opiniões entre os interlocutores dessa página.

Capítulo III

Construindo a noção de sistema de hipergenericidade

3.1. O sistema de hipergenericidade: um percurso investigativo

Ao dar início a esta pesquisa, tínhamos como hipótese principal a ideia de que a rede social *Facebook*, à maneira de outros *websites* analisados por Maingueneau (2010), poderia ser descrita e categorizada como um hipergênero. No entanto, tendo em vista a complexidade comunicacional observada nas análises que vimos realizando, constatamos que o conceito ainda não poderia ser suficientemente adequado para descrever e analisar tudo o que ali circula e é posto em relação.

Isso porque a ferramenta de “compartilhar” do *Facebook* parece indicar que essa rede social tem uma natureza diferente, quando comparada a outros *websites*, como aqueles analisados por Maingueneau. Por meio dela, é possível que cada página coloque a circular, no interior dessa rede social, um número irrestrito de unidades comunicacionais²¹ que circulam em outros domínios da Web. Entretanto, o compartilhamento parece não ser sem margens: cada página compartilha aquilo que lhe é “legítimo” compartilhar, a depender da relação construída entre sua própria identidade discursiva e o campo semântico que engloba as unidades compartilhadas.

Conforme demonstramos em trabalho anterior (**Cf.** REZENDE, 2016), a ferramenta de compartilhar do *Facebook* não funciona apenas como um recurso de *software*. No nível discursivo, ela cumpre a função de, entre outras coisas, instaurar um quadro de comunicação efetivo. Em outras palavras, essa ferramenta do *Facebook*, conforme hipótese que buscaremos sustentar, possibilita que tudo o que esteja no domínio da Web possa ser posto em relação no interior dessa rede social, desde que legitimado pela identidade discursiva que cada página busca instituir.

No primeiro capítulo desta dissertação, demonstramos que as páginas selecionadas para a análise podem ter uma identidade discursiva atribuída a si, dependendo de indícios específicos atestados pelas cenografias mobilizadas/construídas na enunciação. Conforme o conceito de hipergênero (MAINGUENEAU, 2006; 2008; 2010), é justamente a identidade discursiva, atestada pelo aspecto cenográfico da Web,

²¹ Como afirmado no primeiro capítulo deste trabalho, entendemos chamamos de unidade comunicacional qualquer dado da Web, como uma página, uma notícia, uma imagem, etc.

que permite a quem usa a internet semantizar aquilo que é dito. A página de *Pão de açúcar*, por exemplo, constrói em suas publicações cenografias que encenam gêneros ligados ao tipo de discurso publicitário, o que parece construir na página um efeito de “outdoor” ou de “panfleto de supermercado”, por meio do qual se promovem produtos ou, ainda, a própria marca. Tendo em vista esse aspecto da identidade da página do *Pão de açúcar*, a saber, o vínculo construído em sua enunciação com o tipo de discurso publicitário, o que se observa é que o que a página compartilha mantém estreita relação semântica com a ideia de “compra e venda”. A seguir, demonstraremos um percurso que permite sustentar tal afirmação:

(1)²²



Pão de Açúcar
26 de maio às 17:00 · *

Hoje é sexta-feira! 🍹🍸

8 receitas de drinks para alegrar seu happy hour

Vai organizar um happy hour depois do trabalho? Separamos algumas receitas de drinks que não podem faltar nesse encontro entre amigos!

CONTENT.PAODEACUCAR.COM

Em (1) constatamos o compartilhamento de uma “matéria” que veicula a receita de oito bebidas para um evento, conhecido pelos brasileiros como “happy hour”. É comum nesses eventos, que acontecem após o expediente de trabalho, as pessoas se reunirem e tomarem bebidas alcoólicas, com o intuito de conversar e descontrair, aliviando, assim, a “tensão de um dia de trabalho”. Em relação ao compartilhamento das receitas, ao clicar na imagem compartilhada, o usuário do *Facebook*, que acessa a

²²<https://goo.gl/8kW1YNcontent> – acesso em: 06/06/2017

página de *Pão de açúcar*, é levado ao site institucional da empresa e se depara com a lista das oito receitas anunciadas no compartilhamento da “matéria” em questão.

Na matéria, observam-se as receitas das oito bebidas anunciadas e, além disso, uma série de outros hiperlinks construídos no/pelos nomes dos produtos necessários para o preparo das bebidas, como pode ser atestado na captura de tela abaixo:

(2)²³

Batidas de frutas



As batidas de frutas são as receitas de drinks mais tradicionais e mais fáceis de servir no seu happy hour. Para fazer uma batida você precisa de:

- 1 fruta de sua preferência (maracujá, morango, abacaxi e uva são as mais usadas);
- 1 dose de cachaça ou vodka (50mL);
- 1 colher de sopa de leite condensado;
- Gelo a gosto.

Bata tudo no liquidificador – ou agite em uma coqueteleira – e sirva bem gelado!

Em (2), apresentamos uma captura de tela do site institucional de *Pão de açúcar*. A imagem em (2) veicula uma das receitas da matéria que fora compartilhada no Facebook; trata-se da receita de uma “batida de frutas”, descrita como receita “de drinks mais tradicionais e mais fáceis de servir no seu happy hour”. Na matéria, consta uma lista de ingredientes, o que é comum ao gênero “receita” (“1 fruta de sua preferência (...); 1 dose de cachaça ou vodka; 1 colher de sopa de leite condensado; gelo a gosto”), além de um “modo de preparo”, outro dado que indicia a ocorrência da cena genérica

²³ <http://goo.gl/mXyDCx> – acesso em: 06/06/2017

de uma “receita” (“Bata tudo no liquidificador – ou agite em uma coqueteleira – e sirva bem gelado!”).

De nossa perspectiva, o que é interessante observar é que, em alguns desses produtos que constam na “receita”, como a “fruta de sua preferência” ou a “cachaça ou vodka”, criaram-se outros hiperlinks, de modo que, ao clicar no nome desses produtos, o usuário da rede é redirecionado para outra página, uma página em que ele pode efetivamente comprar *online* os produtos necessários para a produção da receita apresentada na matéria compartilhada, como se pode observar na imagem a seguir:

(3)²⁴

The screenshot shows a web page from the supermarket 'Pão de Açúcar'. At the top, there's a navigation bar with 'Categorias' (Categories), a search bar, and links for 'Entrar' (Log in) and a shopping cart. Below the header, it says 'Mostrando 36 de 69 produtos' (Showing 36 of 69 products). There are filters on the left for 'Categorias' (Legumes, Frutas, Verduras, Frutas Secas, Ovos), 'Preço' (R\$ 8, R\$ 10, R\$ 15, R\$ 25, R\$ 50), 'Embalagem' (Bandeja, Pacote, Caixa), 'Marca' (Qualita, Delivery, Turma Da Mônica), and 'Tamanho' (1kg, 500g, 3kg, 600g, 1,25kg, 2kg, 700g, 800g, Unidade, Cm x Unidades). The main area displays a grid of fruit products with their names, unit prices, and quantity selection buttons.

Nome do Produto	Preço	Quantidade
Morango 125g	R\$ 12,79	- 1 + Carrinho
Uva Red Globe QUALITÁ Bandeja 500g	R\$ 6,79	- 1 + Carrinho
Uva Niagara com Sementes QUALITÁ 500g	R\$ 6,99	- 1 + Carrinho
Melancia Unidade	R\$ 28,76	- 1 + Carrinho
TANGERINA PONKAM 1KG	R\$ 4,12	- 1 + Carrinho
Laranja Peré QUALITÁ 3kg	R\$ 13,19	- 1 + Carrinho
Mamão Fornos Pacote 1,5kg	R\$ 9,32	- 1 + Carrinho
Pera Ecolini QUALITÁ Bandeja 1kg	R\$ 8,69	- 1 + Carrinho

Em (3), o que se observa é uma página de compras, que congrega uma lista de produtos, assim como a descrição deles e seus respectivos preços, além da possibilidade de esses produtos serem colocados em um “carrinho de compras” *online* e serem entregues a domicílio ou retirados numa das lojas da rede de supermercados *Pão de açúcar*.

Considerando a descrição apresentada, é que nos foi possível formular a hipótese de que os efeitos do compartilhamento no *Facebook* exigem uma amplificação da noção

²⁴<https://goo.gl/jbmxFr> – acesso em 06/06/2017.

de hipergênero. Isto porque, por meio dessa ferramenta da rede social, o usuário não interage apenas com as cenografias de uma página, mas também com tudo aquilo que, em função de sua identidade, é posto em relação de forma sistemática.

Parece-nos que o princípio da sistematicidade que o compartilhamento no *Facebook* instaura está relacionado ao campo semântico que uma identidade discursiva constrói em relação a tudo o que é nela compartilhado, entendendo esse conceito de forma ampla, de modo a contemplar tanto a delimitação dos temas, quanto aspectos relacionados à convergência das funções sociais dos gêneros do discurso postos em relação por meio de compartilhamentos, como o alinhamento de posicionamentos entre páginas compartilhadas. Como já dito, a página de *Pão de açúcar* constrói em suas publicações cenografias que encenam gêneros ligados ao tipo de discurso publicitário. Tendo em vista esse aspecto, a unidade que relaciona o que é nela compartilhado é o tema das outras publicações que se abrem a quem acessa tal página na rede social, o que pode ser demonstrado pelo seguinte percurso: “anúncio de uma matéria de receitas” (compartilhamento) > “uma matéria de receitas” (matéria do site institucional da rede) > “compra de produtos para o preparo de receitas” (página de compras de *Pão de açúcar*). Nesse percurso, o que se pode observar é que o elo entre o que é compartilhado no *Facebook* da rede de supermercados com as outras páginas que se podem ir abrindo através do compartilhamento é o tema culinário do preparo de bebidas, que culmina na possibilidade de se adquirir produtos para tal atividade – o que pode ser considerado um efeito direto do tipo de discurso publicitário, encenado pelas cenografias que *Pão de açúcar* põe a circular.

Com efeito, o compartilhamento parece fazer imperar um funcionamento singular para aquilo que é colocado a circular no interior do *Facebook*: não se trata apenas do modo de semantização daquilo que é dito; tal funcionamento faz convergir para o interior dessa rede social um número indiscriminado de páginas da Web que são colocadas em relação, em função da identidade discursiva da página do *Facebook* em questão. Esse modo de funcionamento também é perceptível nas publicações das outras duas páginas analisadas neste trabalho.

No capítulo I, ao analisar a página do *Facebook* da *Folha de S. Paulo*, verificamos que, geralmente, as postagens são produzidas através do compartilhamento, na rede social, de matérias do periódico *online* desse jornal. Na análise de uma publicação da *Folha* no *Facebook*, demonstramos que as cenografias parecem encenar gêneros do campo jornalístico, como a “notícia”, composta por uma “manchete” e uma

imagem que se relaciona ao fato noticiado. Por se tratar de cenografias que parecem encenar um “jornal”, o que é compartilhado no *Facebook* da *Folha* engloba diferentes “matérias” jornalísticas, sobre diversos temas, podendo variar entre aqueles que engendram “polêmicas” e aqueles que são aparentemente mais neutros. No entanto, o efeito criado parece ser semelhante em todas as “matérias” que são compartilhadas: levar o leitor a conhecer sobre o que se “noticia”, que é o que fundamentalmente se espera de um “jornal”.

Assim como ocorre com a página do *Facebook* de *Pão de açúcar*, o compartilhamento da *Folha* também está atrelado ao tipo de relação que a identidade discursiva desta página instaura com as unidades que nela são compartilhadas. Vejamos a análise a seguir:

(4)²⁵

Folha de S.Paulo
8 h ·

Ela morou com os pais no Japão durante dez anos. Falava português, mas não sabia ler e escrever no idioma. (via Folha Mundo) #folha #diasmelhores



Garota aprende a escrever português em 1,5 ano e banca aluguel da família

WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR

Na captura de tela apresentada em (4), verificamos o que fora compartilhado na página do *Facebook* da *Folha*: o link de uma “matéria” sobre o impacto social do aprendizado da modalidade escrita da língua portuguesa na vida de uma garota que

²⁵<https://goo.gl/4o4rrG> – acesso em: 27/06/2017.

morava com a família brasileira no Japão desde muito nova. Assim como demonstramos no capítulo anterior, essa postagem do *Facebook* da *Folha* é constituída de um compartilhamento do periódico *online* desse jornal, de modo que a mesma imagem e manchete compartilhadas integram a matéria publicada no site do jornal. Além disso, a “matéria” é introduzida pela página na rede social com uma síntese (ou “chamada”) do fato noticiado: “Ela morou com os pais no Japão durante dez anos. Falava português, mas não sabia ler e escrever no idioma”. Também consta na publicação compartilhada a referência da “notícia” – “via Folha Mundo” –, elementos parecidos com o compartilhamento analisado no capítulo anterior e que, por sua vez, parece corroborar a análise anteriormente apresentada: trata-se de uma postagem de rede social que encena uma “notícia”, uma vez que incorpora elementos desse gênero do campo jornalístico (manchete, imagem do fato noticiado, etc.).

Ao clicar no hiperlink criado através do compartilhamento, o usuário do *Facebook* é levado ao site do jornal, podendo conferir na íntegra a “notícia” compartilhada:

(5)

The screenshot shows a news article from Folha Online. At the top, there's a blue header bar with the word 'dias melhores'. Below it is the main title: 'Garota aprende a escrever português em 1,5 ano e banca aluguel da família'. Underneath the title is a large black and white photograph of a young woman with long dark hair, sitting on a chair in front of a chalkboard covered in various drawings and writing.

Below the photo is a caption: 'Aline Tieko Ito na Faculdade Paulista de Artes, onde estuda design; ela foi com os pais para o Japão com 7 anos e retornou ao Brasil com 17'. The author's name, 'ANA E STELLA DE SOUSA PINTO DE SÃO PAULO', and the date '26/05/2017 02h00', are also visible.

The article text begins with: 'O primeiro choque que Aline Tieko Ito Serra levou ao entrar numa escola brasileira pela primeira vez, aos 17 anos, foi ver alunos confrontando os professores. "O professor não conseguia dar aula, o material era precário, o português escrito era muito diferente do falado, tudo era difícil."'

Further down, another quote reads: 'No auge da crise de 2008 no Japão, seus pais tinham sido dos primeiros a ser demitidos nas indústrias em que trabalhavam, e aproveitaram a ajuda que o governo japonês dava aos que quisessem voltar ao Brasil. "Voltamos para a estaca zero, para a casa da minha avó, de onde minha família tinha saído também sem emprego."

Other snippets of text include: 'Na escola estadual de Guarulhos em que foi matriculada, Aline foi apresentada pela diretora ao projeto Ecaeru, que ajuda filhos de decasséguios que voltaram ao Brasil a se adaptar à escola.' and 'Foi na melhor época, porque eu não me conformava de ter voltado ao Brasil. Achava que fosse burra, jamais aprenderia, chegava em casa chorando todos os dias.'

At the bottom right, there's an advertisement for 'folhashop' featuring an HP printer.

Em (5), constatamos a presença de elementos que constam no compartilhamento no *Facebook* da *Folha*, tais como a imagem divulgada e a manchete do fato noticiado. Além disso, no corpo da “matéria” jornalística, verificamos a presença de uma porção de texto, destacado na cor azul e em negrito, que configura outro hiperlink. Ao clicar nessa porção de texto, o usuário da rede é levado ainda a outra página do periódico online da *Folha*:

(6)

mundo

Crianças diagnosticadas como autistas no Japão preocupam brasileiros

Divulgação



Criança brasileira brinca em oficina do projeto Kaeru, que faz palestras para imigrantes no Japão sobre a importância da estimulação e da educação formal; projeto também atua no Brasil

Em (6), apresentamos outra captura de tela, relativa ao destino do hiperlink incorporado na matéria da *Folha* em (5). Trata-se de uma reportagem sobre crianças que viveram no Japão, que apresentam diagnóstico de autismo e que foram inseridas no contexto da educação brasileira. Como se pode observar, desde o compartilhamento do

Facebook estabelece-se uma relação temática com as outras páginas que podem ser acessadas através dos “links” de acesso incorporados a essas diferentes páginas. Desse modo, observamos que desde o compartilhamento apresentado em (4), o tema da “educação para crianças que viveram no Japão” conecta tudo aquilo que tal compartilhamento permite acessar. Tal relação sistemática entre as páginas pode nos permitir supor que, a relação que se cria entre elas é sempre a mesma: dependerá sempre do campo semântico que relaciona as matérias dispostas nas diferentes páginas (*Facebook*, periódico “online”, etc.) à identidade discursiva da página do *Facebook*. Nesse sentido, há sempre um percurso iniciado pelo compartilhamento: através dele, os usuários da rede social acessam um número indiscriminado de outras unidades comunicacionais da Web, conectadas sempre por um elo temático.

Não obstante, é importante observar que, no caso da página da *Folha* no *Facebook*, o elo instaurado em função do campo semântico está relacionado à identidade de “jornal” atribuída a essa página: tudo que ali pode ser compartilhado deriva das produções do próprio veículo, ou seja, em todo esse percurso, o que o usuário da rede vai acessando são as matérias jornalísticas que a *Folha* oferece, de modo que, neste caso, o aspecto organizador do compartilhamento está intimamente relacionado às cenas de fala encenadas (às cenografias, portanto) nas/pelas páginas postas em relação. Assim sendo, toda a relação estabelecida a partir da página desse jornal no *Facebook* está condicionada por um percurso de acesso orientado por um campo semântico e pelo fato de que tudo o que se pode acessar através dela sejam produções próprias e do campo jornalístico.

O mesmo também parece se dar em relação ao que é compartilhado pelo *Facebook* de *Pão de açúcar*. Como se viu, o percurso de navegação orientado pelo compartilhamento da página parece sempre permitir que sejam acessadas apenas unidades condicionadas pelo efeito de “compra e venda”, que é um efeito atestado pela construção da identidade dessa página na rede social. Como se trata de “vender produtos” ou “promover uma marca”, as relações sistemáticas, criadas entre a página do *Facebook* com o que se pode abrir a partir dela, tentam cercear o percurso de navegação do usuário da Web, impondo a ele que seus destinos estejam sempre atrelados à empresa *Pão de açúcar*.

Tanto a página da *Folha*, quanto a de *Pão de açúcar* no *Facebook*, de algum modo, podem ser consideradas mais “institucionalizadas”, na medida em que representam, nessa rede social, reconhecidas “marcas” brasileiras. Observando esse

aspecto, parece que o fato de o compartilhamento ligar essas páginas a outras da própria marca, em outros domínios da Web, pode ser considerado uma característica de páginas que tentam exercer algum “controle” sobre aquilo que se pode acessar através delas. No entanto, observando a página de *Quebrando o tabu*, verifica-se que, na verdade, esse “controle” é condicionado pela relação construída entre aquilo que é compartilhado e o que o compartilhamento permite acessar.

A página de *Quebrando o tabu*, como demonstrado no capítulo anterior, põe a circular no interior do *Facebook* cenografias que encenam uma espécie de “fórum de discussão”, em virtude das temáticas que na página são abordadas e do posicionamento dessa página em relação aos temas que ela coloca em pauta. Nesse sentido, os compartilhamentos dela, em geral, são orientados pela relação dessa cenografia de “fórum de discussão” com assuntos polêmicos, que podem circular em outras páginas dessa mesma rede social ou em outros domínios da Web, como no exemplo a seguir:

(7)²⁶



Quebrando o Tabu

6 de junho ·

"Não foi fácil me expor e conviver com as marcas dessa violência. Não existe aqui a Luiza. Existem mulheres." 🤗



'Este dia não é só meu': Luiza Brunet dedica condenação de Lírio Parisoto às mulheres

"Não foi fácil me expor e conviver com as marcas dessa violência. Não existe aqui a Luiza. Existem mulheres."

HUFFPOSTBRASIL.COM

²⁶<https://goo.gl/FfhH9m> – acesso em 27/06/2017.

Em (7), observamos o compartilhamento, pelo *Facebook* de *Quebrando o tabu*, da notícia do site *huffpostbrasil.com* sobre a condenação do empresário Lírio Parisoto pela agressão cometida contra a modelo e atriz Luiza Brunet, sua esposa até então. Ao observarmos o que fora compartilhado, é possível verificar que a notícia no *Facebook* é introduzida por um trecho do que a atriz postou na internet sobre a condenação de Parisoto, dado que também consta na publicação de *HuffPost*. Ao fazê-lo, *Quebrando o tabu* coloca em pauta não apenas o fato noticiado, mas também o problema da violência contra as mulheres, o que parece ocorrer também na publicação de *HuffPost*. Vejamos:

(8)

The screenshot shows a news article from **HUFFPOST** (Edition BR). The headline reads: '**'Este dia não é só meu': Luiza Brunet dedica condenação de Lírio Parisoto às mulheres**'. Below the headline is a quote: '"Não foi fácil me expor e conviver com as marcas dessa violência. Não existe aqui a Luiza. Existem mulheres."'. The author is Ana Beatriz Rosa, Reporter de Vozes, Mulheres e Notícias, HuffPoet Brasil. There are five social sharing icons at the bottom of the article. To the right, there is a sidebar with links to other articles: 'BOMBANDO' (Uma mulher começou a cantar 'Evidências' no metrô de São Paulo e não teve um que resistiu à cantoria), '21 destinos nacionais que não parecem estar no Brasil', 'TV americana elege as nacionalidades mais legais do mundo. E adivinha quem está em 1º lugar?', 'Masculinidade nua e crua: 100 homens expõem pênis em fotos para explorar virilidade', '12 filmes com cenas reais de sexo (que não são pornôs)', and 'Jovens negras amontoadas em camas de cimento: O sistema prisional feminino no País'.

Em (8), tem-se a captura de tela da notícia postada por *HuffPost*. É importante observar que esse site de origem norte-americana, que tem edições em vários países, parece seguir uma orientação “mais progressista” em relação aos assuntos que aborda, geralmente assuntos que engendram maior polemidade, assim como *Quebrando o*

tabu no *Facebook*. O termo “huffpost” pode ser tomado como uma analogia do nome de uma de suas fundadoras, Arianna Huffington²⁷, mas também como um neologismo que significa “postagem irritada”, o que permite supor um posicionamento específico, contestador, frente aos temas que esse site aborda. Isso porque, “huff”, em português, significa “irritação” quando não antecedido pela marca de infinitivo “to”²⁸ da língua inglesa.

Assim como a página de *Quebrando o tabu*, *HuffPost* parece colocar em pauta temas ligados à defesa dos direitos das minorias, o que pode ser atestado pelas “seções” do site que aparecem na captura de tela em (8), como “LGBT”, “mulheres”, etc. É justamente esse alinhamento dos posicionamentos das duas páginas que parece legitimar o fato de a notícia de *HuffPost* ter sido compartilhada por *Quebrando o tabu*. Assim sendo, o compartilhamento de *Quebrando o tabu*, em geral, é orientado pela posição “mais progressista”, em relação às temáticas abordadas, que emerge das publicações da página.

Esse dado pode nos permitir supor que o aspecto do campo semântico que se apresenta como organizador do compartilhamento de *Quebrando o tabu* no *Facebook* está intimamente relacionado à convergência do posicionamento das páginas postas em relação.

Como deve ter sido possível observar, a partir da análise do sistema de compartilhamento das três páginas analisadas, a identidade discursiva de cada página, em função da mobilização de certos aspectos do campo semântico, legitima aquilo que pode ser compartilhado e posto em relação no interior do *Facebook*. Trata-se, na verdade, da instauração de um sistema em que tudo converge para a manutenção da identidade da página, ao qual nos referiremos como *sistema de hipergenericidade*, na medida em que o que é posto em relação são, em última instância, páginas da Web, consideradas por Maingueneau (2010) como hipergêneros (**Cf.** Capítulo I). Nesse sentido, a mobilização do conceito de *sistema* é tributária à concepção de língua formulada por Ferdinand de Saussure (CLG, [1916] 2012), que, grosso modo, afirma que o sistema é próprio da ordem da língua e que seus elementos ganham identidade a partir das relações que estabelecem com os demais elementos desse sistema. Correlativamente, a relação entre as identidades das páginas do *Facebook* com as unidades que nelas são compartilhadas submete-se a um funcionamento discursivo, que

²⁷ Cf. <https://en.wikipedia.org/wiki/HuffPost> - acesso em: 27/06/2017.

²⁸ “To huff”, em português, significa “xingar”.

legitima o que se pode ou não compartilhar, aos moldes de um sistema de restrições semânticas, tal qual é postulado por Maingueneau (2008) em *Gênese dos discursos*. Segundo o autor, o sistema de restrições semânticas está ligado ao funcionamento da competência discursiva de sujeitos inscritos em um dado posicionamento. Sendo assim, esse sistema produz uma “filtragem” por meio da qual o discurso legitima ou não aquilo que pode ser enunciado a partir de um posicionamento. Com base nesse aspecto, também é possível aproximar o conceito de sistema de restrições semânticas do conceito de sistema de hipergenericidade: em ambos os casos, o que está em jogo são as regularidades de um funcionamento discursivo que conflui para a manutenção de um dado posicionamento/identidade discursivo/a.

Tendo em vista a noção de relação como caminho que permite que o compartilhamento funcione como um operador das identidades discursivas de cada página do *Facebook*, observamos que a relação que *Pão de açúcar* constrói com as unidades que compartilha está ligada ao efeito de “compra e venda” que emerge das cenografias que encenam gêneros do tipo de discurso publicitário e que são postas a circular no interior do *Facebook*. Por sua vez, a relação das unidades compartilhadas pela página da *Folha de S. Paulo* nessa rede social advém da encenação de gêneros tipicamente jornalísticos. Diferentemente, a relação daquilo que é compartilhado na página de *Quebrando o tabu* está ligada à orientação do posicionamento que emerge das publicações dessa página, legitimando o compartilhamento daquilo que pode ser alinhado ao posicionamento em que ela se inscreve, o que condiciona o efeito de “fórum de discussão” construído pelas cenografias que mobiliza, conforme buscamos demonstrar no primeiro capítulo deste trabalho.

Mas se há um *sistema de hipergenericidade*, em que medida as postulações de que a internet funciona como uma rede que conecta tudo e todos se sustentam? Essas postulações parecem produtivas para a análise do mídium Web (categoria que definimos no capítulo II), que não se confunde com sistema de hipergenericidade. O que ocorre é que, do ponto de vista metodológico, há possibilidade de se abordar as produções discursivas na internet a partir, pelo menos, de dois níveis de análise, a saber, o do mídium e o do sistema de hipergenericidade. Isto porque, na verdade, do ponto de vista de eventos enunciativos concretos, há dois movimentos que, paradoxalmente, se alimentam: o movimento de conexão em rede *ad infinitum* do mídium Web, que alimenta a ilusão de que a ferramenta de compartilhamento é livre de restrições, e o movimento do sistema de hipergenericidade, que faz convergir, por meio dessa

ferramenta, apenas unidades da Web que confluem para a manutenção da identidade discursiva.

Nesse sentido, o termo “rede” não nos parece proveitoso para categorizar o funcionamento da rede social *Facebook*, uma vez que o conceito de rede evoca uma condição de “dispersão” (ou seja, a ideia de que dados podem ser dispersos e mobilizados sem uma orientação específica), que é, na verdade, típica do funcionamento do mídium. Diferentemente, classificar a rede social como um “sistema” pode permitir melhor analisá-la, uma vez que, como buscamos demonstrar por meio das análises, os dados que circulam no *Facebook* são orientados pela relação que a identidade discursiva de cada página estabelece com o que nelas é posto a circular, especialmente sobre a forma de compartilhamento. Nesse sentido, nada está disperso. Ao contrário, há uma orientação que permite atestar a identidade discursiva de cada página, especialmente observando-se o que nelas é compartilhado, na medida em que as unidades compartilhadas no *Facebook* dependem sempre da relação que uma página cria com as outras, em função de certo modo de mobilização de aspectos de um campo semântico. Dessa perspectiva, a propagada liberdade de se “expressar” livremente na rede social, em termos de linguagem, não procede, uma vez que a enunciação submete-se às regras de um funcionamento discursivo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um processo de investigação científica é permeado por diversas reformulações de hipóteses. Ao dar início a esta pesquisa, assumíamos como hipótese que o *Facebook* poderia, à maneira dos *websites* analisados por Maingueneau (2010), ser categorizado como um hipergênero. No entanto, a natureza desse objeto se mostrou, ao longo da análise que íamos empreendendo, mais complexa, o que impôs que levássemos em conta outros aspectos de seu funcionamento.

No capítulo I, como foi possível perceber, o conceito de hipergênero postulado por Maingueneau permitiu analisar como são construídas as identidades discursivas das páginas inscritas no *Facebook*, processo que se mostrou atrelado à construção de cenografias que permitem, a quem enuncia nessa rede social, impor um modo de semantização daquilo que é dito. Dessa perspectiva, a partir de três páginas do *Facebook*, pudemos demonstrar que: i) a identidade da página de *Pão de açúcar* é construída pela encenação de gêneros publicitários; ii) a identidade da página da *Folha de S. Paulo* é constituída pela encenação de gêneros jornalísticos; e que iii) a identidade de *Quebrando o tabu* constitui-se pela encenação de um “fórum de discussão”, condicionada pelo posicionamento “mais progressista” em que a página se inscreve.

No capítulo II, afirmamos que a toda publicação do *Facebook* é possível que comentários de outros usuários-enunciadores sejam postados. A partir desse dado, buscamos demonstrar, em uma análise verticalizada dos comentários postados a respeito de uma publicação de *Quebrando o tabu*, que as publicações dessa página são recebidas como um “fórum de discussão”, corroborando, assim, o postulado de que são as cenografias que imprimem identidade ao hipergênero. Além disso, verificamos que os comentários de usuários-enunciadores do *Facebook*, que se interpolam em uma espécie de troca de turnos conversacionais nessa página, constituem um bate-boca, marcado pela exploração de um registro verbalmente agressivo, por um tom violento, em virtude de uma pretensa liberdade enunciativa, decorrente do modo de funcionamento do mídium Web (MAINGUENEAU, 2008a; ZATI, 2016).

Já no capítulo III, a partir da extensão que propomos do conceito de hipergênero (MAINGUENEAU, 2006, 2008b, 2010), foi possível verificar, por meio da análise dos compartilhamentos que são produzidos, o funcionamento de um sistema que conflu-

para a manutenção das identidades discursivas das páginas do *Facebook*. Não obstante, as regras desse funcionamento, como demonstramos, estão sempre atreladas a certo modo de mobilização de aspectos de um dado campo semântico que permite, a quem enuncia nessa rede social, relacionar as unidades compartilhadas à identidade discursiva que se constrói em cada uma de suas páginas. Com base, então, na observação desse funcionamento, postulamos o conceito de sistema de hipergenericidade, que se mostrou produtivo para o tratamento de nosso *corpus* de análise que, em se tratando de rede social, é tão novo e produtivo quanto o mirante discursivo que se visa descrever e explicar.

Assim sendo, os resultados alcançados nesta dissertação possibilitaram, a nosso ver, avanços, uma vez que a análise da rede social *Facebook* permitiu que ampliassemos a noção de hipergênero, considerando a existência de sistemas de hipergenericidade. Nesse sentido, consideramos que a Web, especialmente a rede social, constitui-se em um espaço de coleta de dados relevante a ser investigado pelas pesquisas em Análise do Discurso.

Possenti (2009) afirma que há uma distinção que os pesquisadores devem considerar na mobilização de seus dados de pesquisa. De acordo com o autor, dois tipos de dado são proeminentes no trabalho de pesquisa em AD: o “*dado dado*” e o “**dado dado**”. Possenti esclarece que o primeiro tipo de dado é tomado como evidência de um pressuposto teórico, enquanto que o segundo tipo é aquele tomado como dado a ser testado, que evoca problemas e que faz com que uma teoria se desenvolva. Nesse sentido, considerando a análise que fizemos em torno da rede social *Facebook*, é possível afirmar que o *corpus* analisado seja constituído tanto de “*dados dados*”, por meio dos quais postulados de Dominique Maingueneau foram corroborados, quanto de “**dados dados**”, por meio dos quais pudemos demonstrar a produtividade de um novo conceito para o quadro da AD – o de sistema de hipergenericidade –, fazendo, pois, avançar a teoria.

Não obstante, como encaminhamento futuro para esta pesquisa, é importante averiguar se o conceito de *sistema de hipergenericidade* que postulamos é produtivo também para a análise de outras redes sociais que, empiricamente, englobam um grande número de páginas e de links compartilhados de outras.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **Gêneros do discurso**. In: Estética da criação verbal. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, [1952-3] 2003.
- CUNHA, Celso, CINTRA, Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. 6. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2013.
- MAINGUENEAU, Dominique. Cenografia epistolar e debate público. In: **Cenas da enunciação**. POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. (orgs.). São Paulo: Parábola Editorial, 2008b. p. 115-135.
- _____. Gênero do discurso e cena de enunciação. In: _____. **Discurso e análise do discurso**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015. p. 117-130.
- _____. Mídiun e discurso. _____. **Análise de textos de comunicação**. 5 ed. Trad. Cecília P de Souza-e-Silva. São Paulo: Cortez Editora, 2008a. p. 71-83.
- _____. O quadro genérico. In: _____. **Discurso literário**. São Paulo: Editora Contexto, 2006. p. 229-246.
- _____. Hipergênero, gênero e internet. In: _____. **Doze conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 129-138.
- _____. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c. 184 p.
- PAULINO, Graça. *at. al.* **Tipos de texto, modos de leitura**. 2 ed. Belo Horizonte: Formato Editorial, 2001. 163 p.
- PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, [1983] 1990.
- POSSENTI, Sírio. **Os limites do discurso**: ensaios sobre discurso e sujeito. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. 213 p.
- REZENDE, Breno R. M. P. R. Polêmica discursiva e intertextualidade: em pauta o compartilhamento de notícias na rede social. In: **PERCURSOS LINGÜÍSTICOS**. V. 6. N. 13. Vitória: UFES, 2016/02 (Revista Eletrônica).
- SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral**. 28 ed. BALLY, C.; SECHEHAYE, A. (orgs.). São Paulo: Cultrix, 2012. 312 p.
- ZATI, Pollyanna. **O funcionamento da comunidade discursiva construída em torno das fanfictions**. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2016. (Dissertação de Mestrado).

5.1. Bibliografia consultada

- MAINGUENEAU, Dominique. Ethos e apresentação de si nos sites de relacionamento.
_____. **Doze conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 79-98.
- _____. MAINGUENEAU, Dominique. A cena de enunciação. In: ___. **Análise de textos de comunicação**. 5 ed. Trad. Cecília P de Souza-e-Silva. São Paulo: Cortez Editora, 2008b. p. 85-93.
- _____. Tipos e gêneros de discurso. _____. **Análise de textos de comunicação**. 5 ed. Trad. Cecília P de Souza-e-Silva. São Paulo: Cortez Editora, 2008. p. 59-70.
- _____. Gênero do discurso e cena de enunciação. _____. **Discurso e análise do discurso**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015. p. 117-130.
- _____. Mídium e discurso. _____. **Análise de textos de comunicação**. 5 ed. Trad. Cecília P de Souza-e-Silva. São Paulo: Cortez Editora, 2008. p. 71-83.
- _____. Problemas de mídium. _____. **Discurso literário**. São Paulo: Editora Contexto, 2006. p. 211-228.
- MONNOYER-SMITH, Laurence. Le web comme dispositif: comment appréhender le complexe? In: BARATS, Christine (org.). **Manuel d'analyse du web em Sciences humaines et sociales**. Paris: Armand Colin, 2013. p. 12-31.